

1

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по научно-методической
и учебной работе

Е.И. Скафа

«22» апреля 2020 г.



Рабочая программа учебной дисциплины
«ЛОГИСТИКА СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛИ»

Укрупненная группа направлений подготовки и специальностей	38.00.00 Экономика и управление
Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Магистерская программа	Интегрированная логистика
Программа подготовки	Академическая магистратура
Квалификация	Магистр
Форма обучения	Очная, заочная

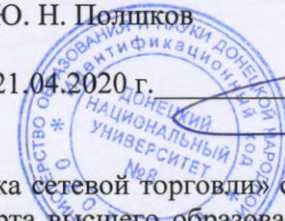
Донецк 2020

УТВЕРЖДАЮ:

И. о. декана экономического факультета

Ю. Н. Пошпов

21.04.2020 г.



Рабочая программа учебной дисциплины «Логистика сетевой торговли» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30 марта 2015 г. № 322 с изменениями и дополнениями от 13 июля 2017 г.);

Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР № 1171 от 10.11.2017 г. (с изменениями, внесенными от 03.05.2019 г. № 567); учебного плана и основной образовательной программы «Интегрированный курс «Логистика», направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:

Кандидат экономических наук,
доцент кафедры маркетинга и логистики

Я.О. Молохова

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры маркетинга и логистики

Протокол № 8а от «15» апреля 2020 г.

Зав. кафедрой

Т. В. Ибрагимхалилова

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией экономического факультета

Протокол № 8 от «20» апреля 2020 г.

Председатель УМК

Е. Н. Стрелина

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Учебная дисциплина «Логистика сетевой торговли» относится к циклу вариативной части образовательной программы. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые *предшествующими* дисциплинами – логистика практикум, логистика распределения, инфраструктура товарного рынка и *сопутствующими* – логистическое обслуживание, управление качеством, оптимизация логистических решений, логистический менеджмент, реверсивная логистика. Знания, умения и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины «Логистика сетевой торговли», используются при написании выпускной квалификационной работы.

Структура дисциплины

Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент	
Магистерская программа	Интегрированная логистика	
Программа подготовки	Академическая магистратура	
Квалификация	Магистр	
Количество содержательных модулей (тем)	2 (8)	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Вариативная часть	
Формы контроля	Модульный контроль, экзамен во 2-м семестре	
Показатели трудоемкости	очная Форма обучения заочная	
Количество зачетных единиц	4,5	4,5
Год подготовки	1	1
Семестр	2	-
Количество часов	162	162
- лекционных	-	-
- практических	16	4
- лабораторных	32	4
- самостоятельной работы	114	154
в т.ч. индивидуальное задание	-	-
Недельное количество часов, т.ч.	4	×
аудиторных	2	×
самостоятельной работы студента	2	×

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины «Логистика сетевой торговли» является формирование у студентов комплекса представлений о логистике сетевой торговли, дать теоретические основы и практические рекомендации по организации и управлению сетевой торговлей на основе принципов и методов логистики.

Задачи – обучить будущих специалистов в области логистики организационно-экономическим, законодательно - правовым основам логистики сетевой торговли и обеспечить успешное практическое решение ими данных вопросов в современных экономических условиях, а именно: определить значение логистики сетевой торговли в современной экономике; изучить сетевую торговлю, ее виды, функции, объекты, субъекты; раскрыть специфику логистики сетевой торговли: понятие, область внедрения,

логистический подход; проанализировать отличие логистических процессов торговли и коммерции; определить логистические операции в сетевой торговле; обосновать роль цепи поставок в сетевой торговле; рассмотреть логистическую организацию сетевой торговли; системно обобщить виды потоков логистики сетевой торговли; раскрыть существенные аспекты розничной торговли, значимые в логистике; проанализировать торговые сети, их тенденции развития в России и за рубежом.

Требования к результатам освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО РФ по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент и основной образовательной программой высшего образования направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (Магистерская программа: Интегрированная логистика):

общекультурных (ОК):	
ОК-1	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
ОК-3	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
общепрофессиональных (ОПК):	
ОПК-2	готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОПК-3	способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования
профессиональных (ПК):	
организационно – управленческая деятельность:	
ПК-1	способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
ПК-2	способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы развития и изменений и обеспечить их реализацию
аналитическая деятельность:	
ПК-4	способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес – процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения
научно - исследовательская деятельность:	
ПК-6	способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями
ПК-7	способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада
ПК-8	способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования
ПК - 9	Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- логистические функции сетевой торговли;
- преимущества и недостатки различных форматов сетевой розничной торговли;
- основные понятия, цели, принципы, сферы деятельности, варианты построения сетевых организаций, применяемые способы управления, принципы работы сетевых магазинов;
- принципы построения операционной деятельности в розничной торговой сети,

особенности маркетинговой и ценовой политики;

- методы и способы оценки эффективности финансово – экономической деятельности сетевой торговли организации и использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов.

уметь:

- анализировать информацию о внутренних и внешних факторов, оказывающих влияние на развитие торговли;

- анализировать с организационно – экономической точки зрения развитие различных форм интеграции предприятий торговли;-

- анализировать основные показатели деятельности сетевой торговой организации, выявлять недостатки и находить пути их устранения;

- планировать и прогнозировать финансово – экономическую и хозяйственную деятельность сетевой торговой организации, оптимизировать плановые задания и обеспечить максимальную прибыль при минимальных затратах;

владеть:

- навыками анализа экономической деятельности розничных форматов торговли;

- методиками и методами расчета эффективности хозяйственной деятельности и использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов адаптированными для сетевой торговли организации;

- методологией (методиками, методами, инструментами) анализа и построения организации и структуры управления ею, планирования хозяйственной деятельности организации, бюджетирования текущей хозяйственной деятельности сетевой торговой организации.

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Дисциплина «Логистика сетевой торговли» предусматривает следующие формы организации учебного процесса: практические (семинарские) занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа студента.

Материал излагается с использованием объяснительно-иллюстративных, эвристических и исследовательских методов преподавания.

В учебном процессе широко применяются активные и интерактивные формы проведения занятий (разбор конкретных ситуаций, дискуссия, деловые игры), внеаудиторная самостоятельная работа, балльно - рейтинговая система оценки успеваемости, личностно-ориентированное обучение.

В учебном процессе используются интернет - ресурсы по данному курсу; рассматриваются задачи, максимально приближенных к конкретным практическим ситуациям, тесты; самостоятельная работа; контрольные работы.

Самостоятельная работа студентов предусматривает подготовку к практическим и лабораторным занятиям, подготовку конспектов по отдельным вопросам изучаемых тем, изучение учебной и методической литературы, аннотаций статей, подготовку и защиту результатов собственных научных исследований.

Тематический план дисциплины

Темы	Краткое содержание темы
Содержательный модуль 1. Основы сетевой торговли	
Тема1. Сетевая торговля как объект научного исследования	1.1. Сетевая торговля как среда для ведения предпринимательской деятельности 1.2. Виды и особенности сетевых магазинов; мультимедийность 1.3. Сетевые технологии в торговле

	1.4. Формы концентрации капитала и создания сетевых структур 1.5. Логистические функции сетевой торговли 1.6. Анализ структурных изменений во внешней среде и преобразования логистики сетевой торговли
Тема 2. Основные стратегии развития розничной сети	2.1. Основные направления развития розничной сети 2.2. Стратегия концентрированного роста 2.3. Стратегия мультимедийной (и/или мультимедийной) торговли 2.4. Стратегия локального сорсинга 2.5. Стратегия общего пула торговых компаний 2.6. Стратегия франчайзинга
Тема 3. Логистический менеджмент торговых предприятий	3.1. Сущность логистического менеджмента сетевой торговли 3.2. Логистика торгового предприятия. Иерархия решений 3.3. Логистическая стратегия в сетевой торговле
Тема 4. Формирование логистической инфраструктуры в сетевой торговле	4.1. Составляющие логистической инфраструктуры в розничной торговле 4.2. Формирование внутренней логистической инфраструктуры торгового предприятия 4.3. Формирование внешней логистической инфраструктуры — распределительные центры 4.4. Методика проведения первичного аудита розничной торговой точки с точки зрения логистики
Содержательный модуль 2. Специфика функционирования логистики сетевой торговли	
Тема 5. Управление товарными запасами в розничной торговой сети	5.1. Политика управления запасами в сетевой торговле 5.2. Методы анализа и учета товарных запасов в рознице 5.3. Факторы, влияющие на оборачиваемость и величину товарных запасов в сетевой торговле 5.4. Модели управления запасами
Тема 6. Прогнозирование в логистике сетевой торговли	6.1. Элементы прогнозирования в логистике сетевой торговли 6.2. Основные подходы к прогнозированию 6.3. Информационное обеспечение прогнозирования 6.4. Отбор, оценка и использование методов прогнозирования
Тема 7. Организация логистики сетевой торговли через сеть Интернет	7.1. Понятие SEO, методы SEO-оптимизации 7.2. Работа с внутренней оптимизацией 7.3. Внешнее окружение и его значение для сайта 7.4. Инструменты продвижения продукта в социальных сетях
Тема 8. Электронная коммерция	8.1. Сущность электронной коммерции 8.2. Виды электронной коммерции: B2B, B2C, B2G 8.3. Организация работы интернет – магазина 8.4. Исследование поведения потребителей в интернет - магазинах

Структура дисциплины «Логистика сетевой торговли» по видам учебной деятельности

Названия содержательных модулей и тем	Количество часов									
	Очная форма					Заочная форма				
	всего	в т.ч.				всего	в т.ч.			
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа
Содержательный модуль 1. Основы сетевой торговли										
Тема 1. Сетевая торговля как объект научного исследования	18	-	2	4	12	18	-	-	-	18
Тема 2. Основные стратегии развития розничной сети	20	-	2	4	14	20	-	-	-	20
Тема 3. Логистический менеджмент торговых предприятий	18	-	2	4	12	18	-	-	2	16
Тема 4. Формирование логистической инфраструктуры в сетевой торговле	20	-	2	4	14	20	-	2	-	18
Итого по 1 содержательному модулю	76	-	8	16	52	76	-	2	2	72
Содержательный модуль 2. Специфика функционирования логистики сетевой торговли										
Тема 5. Управление товарными запасами в розничной торговой сети	22	-	2	4	16	22	-	-	-	22
Тема 6. Прогнозирование в логистике сетевой торговли	20	-	2	4	14	20	-	2	-	18
Тема 7. Организация логистики сетевой торговли через сеть Интернет	22	-	2	4	16	22	-	-	2	20
Тема 8. Электронная коммерция	22	-	2	4	16	22	-	-	-	22
Итого по 2 содержательному модулю	86	-	8	16	62	86	-	2	2	82
Всего часов по курсу	162	-	16	32	114	162	-	4	4	154

4. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Содержательный модуль 1 Основы сетевой торговли

1. Сетевая торговля как предмет исследования
2. Основные принципы сетевой торговли
3. Сетевая торговля как среда для ведения предпринимательской деятельности
4. Виды и особенности сетевых продуктовых магазинов
5. Характерные особенности супермаркетов и гипермаркетов
6. Характерные особенности Кэш энд керри, дискаунтеров и магазинов «у дома»
7. Характерные особенности гастрономов класса премиум и супер премиум
8. Место логистики сетевой торговли в структуре современной логистики
9. Сетевой продукт как составляющая глобализации мирового розничного рынка
10. Особенности и преимущества сетевого продукта в розничной торговле
11. Основные характеристики сетевой формы организации розничной торговли (сетевого ритейла)
12. Принципы построения розничных торговых сетевых объединений
13. Франчайзинг как ключевой инструмент наращивания сети
14. Типы франчайзинга
15. Преимущества стратегии «Быстрого реагирования» для розничного торговца и поставщика
16. Стратегия концентрированного роста
17. Стратегия мультиформатной (и/или мультиканальной) торговли
18. Стратегия локального сорсинга
19. Стратегия общего пула торговых компаний
20. Стратегия франчайзинга
21. Стратегия сбыта в контексте общечфирменной стратегии
22. Логистическая стратегия предприятия: разработка и реализация
23. Сущность и принципы закупочной логистики сетевой торговли
24. Принципы формирования закупочной политики сетевого розничного оператора
25. Организационные и экономические отношения сетевых розничных операторов и поставщиков в цепи поставок товаров
26. Понятие бренда. Создание, развитие и усиление бренда
27. Разработка сетевого бренда как основа сетевой торговли

Содержательный модуль 2 Специфика функционирования логистики сетевой торговли

28. Бизнес – процессы в логистике, их классификация
29. Реинжиниринг бизнес – процессов
30. Логистическая организация товароснабжения в сетях розничной торговли
31. Классификация логистических затрат в организациях сетевой розничной торговли
32. Логистические издержки формирования товарных ресурсов розничных торговых организаций
33. Контроль логистических издержек
34. Организационно-экономическое обеспечение развития розничных торговых сетей
35. Анализ и оценка финансовых рисков в сетевой торговле
36. Виды финансовых рисков
37. Механизмы нейтрализации финансовых рисков в рамках логистики сетевой торговли
38. Понятие SEO, методы SEO-оптимизации
39. Инструменты продвижения и координации в социальных сетях

40. Разработка проекта сетевого дневника
41. Виды электронных рассылок. Организация собственных электронных рассылок
42. Основные инструменты продвижения в социальных сетях
43. Понятие «Блог» и «Блогосфера». Особенности применения в логистике сетевой торговли
44. Особенности продвижения объекта рынка в социальных сервисах
45. Основные понятия, связанные с процессом продвижения объектов рынка в Интернете
46. Ключевые социальные сети. Особенности работы с ними
47. Сравнительная характеристика основных видов интернет – продвижения
48. Основы информационных технологий
49. Виды интернет-магазинов. Преимущества и недостатки интернет - магазинов
50. Специфика функционирования интернет-магазинов. Связь логистики и интернет-маркетинга
51. Сущность электронной коммерции
52. Виды электронной коммерции: B2B, B2C, B2G
53. Организация работы интернет – магазина
54. Исследование поведения потребителей в интернет - магазинах

5. ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Уровень высшего образования: магистратура

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа: Интегрированная логистика

Форма обучения: очная, заочная

Семестр: второй

Учебная дисциплина: Логистика сетевой торговли

Экзamenационный билет № n

I. Теоретический вопрос:

1. Дать определение SEO; раскрыть методы SEO-оптимизации
2. Раскрыть особенности и преимущества сетевого продукта в розничной торговле

II. Решить задачу.

Объем продажи автомагазина составляет 3 500 упаковок масла для двигателей в год. Величина спроса равномерно распределяется в течение года. Цена покупки одной упаковки равна 200 руб. За один заказ владелец магазина должен заплатить 1 000 руб. Магазин работает 300 дней в году, время доставки заказа от поставщика составляет 12 дней, издержки хранения составляют 20 % среднегодовой стоимости запасов. Сколько упаковок должен заказывать владелец магазина каждый раз, если его цель состоит в минимизации общей стоимости запасов? С какой частотой следует осуществлять подачу заказов и уровень повторного заказа?

III. Тестовый контроль:

1. Четыре основных уровня применения информационных технологий в логистике розничной торговли:
 - а) универсальный штрих код, электронные кассовые терминалы, электронный обмен данными, система быстрого реагирования;
 - б) надежность, емкость, безопасность, надежность;

в) организация покупок, анализ спроса, складирование, транспортировка.

2. Основные компоненты преобразования логистики розничной торговли:

- а) усиление контроля над вторичной дистрибуцией;
- б) применение логистики «быстрого реагирования»;
- в) системы проталкивания и вытягивания.

3. Логистические функции сетевой торговли – это:

- а) обеспечение экономии от масштаба, позволяющая нести всем розничным предприятиям, входящим в сеть, более низкий уровень удельных издержек;
- б) тиражирование успешных розничных технологий, разработанных для отдельных предприятий розничной торговли, приводящих таким образом к повышению эффективности деятельности всей сети в целом;
- в) создание систем распределительных центров сокращающих длину цепочки поставок от производителя до конечного потребителя.

4. Процесс разработки прогнозов:

- а) прогностика;
- б) прогнозирование;
- в) программирование.

5. Непрерывное отслеживание перемещения и изменения каждого объекта потока, а также оперативная корректировка его движения является проявлением принципа... логистики:

- а) системности;
- б) научности;
- в) конструктивности;
- г) конкретности;
- д) комплексности.

6. Формирование развитой инфраструктуры, т. е. всех видов обеспечения для осуществления движения материальных потоков в конкретных условиях, является предъявлением принципа... логистики:

- а) системности;
- б) научности;
- в) конструктивности;
- г) конкретности;
- д) комплексности.

7. Расположите в правильной последовательности этапы разработки логистической стратегии:

- а) установление приоритетов;
- б) анализ возможностей;
- в) разработка стратегического плана развития логистической системы;
- г) оценка.

8. Модель B2C ориентирована:

- а) только на физические лица;
- б) только на юридические лица;
- в) на юридические и физические лица в равной мере.

9. Модель B2B ориентирована:

- а) только на физические лица;

- б) только на юридические лица;
- в) на юридические и физические лица в равной мере.

10. Интернет-магазин представляет собой:

- а) компанию, осуществляющую торговлю в Интернете с помощью веб-сайта;
- б) специальную форму on-line заказа;
- в) электронный каталог товаров.

Утверждено на заседании кафедры маркетинга и логистики

Протокол № ____ от 20 ____.

И.о. зав. кафедрой маркетинга и логистики

Экзаменатор

к.э.н., доц. Ибрагимхалилова Т.В.

к.э.н., доц. Молохова Я.О.

6. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО ЗАДАНИЯ

Максимальная общая сумма баллов, которую может получить студент, успешно выполнив все виды экзаменационных заданий, составляет 40 баллов.

1. Теоретическое задание в случае полного правильного ответа на два вопроса – 10 баллов; есть все основные положения ответа, но допущены определенные неточности – 7-9 баллов; есть отдельные положения ответа, есть ошибки в приведенных формулах или определениях – 4-6 баллов; не более 20 % полного ответа, ошибки – 1-3 балла; нет ответа – 0 баллов.

2. Решение задачи: правильное решение, сделан полный правильный вывод – 10 баллов; правильное решение, но вывод не точный (не полный) – 8-9 баллов; правильное по смыслу решение, но есть арифметические ошибки в расчетах, вывод не точный (не полный) – 6-7 баллов; формулы указаны правильно, но есть ошибки в ходе решения, вывода нет – 4-5 баллов; формулы указаны, но с ошибками, расчетов нет (неправильные) – 2-3 балла; указаны формулы, но неправильные, расчетов нет (неправильные) – 1 балл; нет решения – 0 баллов.

3. Каждый правильный ответ на тестовое задание – 2 балла. Всего 10 правильных ответов – 20 баллов.

7. ОБРАЗЕЦ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОЙ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Уровень высшего образования: магистратура

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа: Интегрированная логистика

Форма обучения: очная, заочная

Семестр: второй

Учебная дисциплина: Логистика сетевой торговли

Модульная контрольная работа № n

I. Теоретический вопрос:

1. Виды и особенности сетевых магазинов; мультимедийность
2. Формирование внешней логистической инфраструктуры — распределительные центры

II. Решить задачу.

Поставщик обтирочных материалов для АТП ежемесячно использует 80 упаковочных ящиков, которые он закупает по 10\$ за штуку. Менеджер определил стоимость хранения как 35 % от закупочной цены ящика. Стоимость заказа – 28\$. В настоящее время менеджер производит заказы один раз в месяц. Сколько фирма может за год сэкономить на стоимости заказа и хранения, используя модель экономического размера заказа?

III. Тестовый контроль:

1. Функции оптовой торговли:

- а) оценка потребностей и кредитование;
- б) приобретение промышленного ассортимента, доставка товаров;
- в) накопление и хранение товарных запасов, информационное и консалтинговое обслуживание;
- г) все вышеперечисленные.

2. Виды торговых предприятий по формам создания и функционирования:

- а) ассоциации, холдинги, корпорации;
- б) общество с ограниченной ответственностью, акционерное общество;
- в) государственные, коммерческие;
- г) индивидуальные, партнерские, корпоративные.

3. Торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью – это:

- а) оптовая торговля;
- б) оптово-розничная торговля;
- в) универсальная торговля;
- г) розничная торговля.

4. Виды услуг:

- а) связанные с оказанием помощи покупателю в совершении покупки и при ее использовании;
- б) информационно-консультационные;
- в) по созданию дополнительных удобств покупателям;
- г) все вышеперечисленные.

5. Характерные особенности торговли:

- а) завершение цикла товарного производства, реализация товаров конечному потребителю (розничная торговля);
- б) оказание дополнительных сопутствующих реализации товаров услуг в доведение товара до потребителя;
- в) цена и ассортимент реализуемых товаров находятся в значительной зависимости от характера спроса, особенностей социально-экономического состава обслуживаемого населения;
- г) все вышеперечисленные.

6. Интегрированная торговая система представляет собой:

- а) систему оптимизации хозяйственного риска и затрат;
- б) форму достижения социального компромисса между производителями, торговыми посредниками и потребителями товаров и услуг;
- в) форму производственных отношений между крупным и малым предпринимательством;
- г) инструментом государственного регулирования внутренней торговли.

7. Функции оптовой торговли, направленные на оказание услуг производителям:

- а) стимулирование сбыта, что в значительной степени способствует росту производства соответствующих видов продукции;
- б) приобретение промышленного ассортимента, доставка товаров;
- в) предоставление рыночной информации, в частности, информирование производителей относительно запросов потребителей;
- г) все вышеперечисленные.

8. По объемам купли-продажи торговля делится на:

- а) внутреннюю и внешнюю;
- б) оптовую и розничную;
- в) оптово-складскую и оптово-транзитную;
- г) централизованную и децентрализованную.

9. Составляющие логистической инфраструктуры в розничной торговле – это:

- а) размещение магазина;
- б) место нахождения и тип распределительного центра;
- в) методы стимулирования продаж.

10. Типы расположения торговых точек – это:

- а) стрит ритейл;
- б) супермаркет;
- в) торгово – развлекательный центр.

8. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

Максимальная общая сумма баллов, которую может получить студент, успешно выполнив все виды заданий, составляет 15 баллов.

1. Теоретическое задание (2 вопроса) в случае полного правильного ответа каждый вопрос – 3 балла; в случае определенных неточностей или неполного ответа – 1-2 балла; ответа нет – 0 баллов. Два вопроса максимально 6 баллов.

2. Решение задачи: правильное решение, сделан полный правильный вывод – 4 балла; правильное решение, но вывод не точный (не полный) – 3 балла; правильное по смыслу решение, но есть арифметические ошибки в расчетах, вывод не точный (не полный) – 2 балла; формулы указаны правильно, но есть ошибки в ходе решения, вывода нет – 2 балла; формулы указаны, но с ошибками, расчетов нет (неправильные) – 1-1,5 балла; нет решения – 0 баллов.

3. Каждый правильный ответ на тестовое задание – 0,5 балла. Всего 10 правильных ответов – 5 баллов.

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа (включая выполнение СРС и ИРС) максимально оценивается в 10 баллов по содержательному модулю 1 и в 15 баллов – по содержательному модулю 2.

В разрезе отдельных тем оценивание осуществляется следующим образом:

**Оценивание СРС и ИРС
по дисциплине «Логистика сетевой торговли»**

№ п/п	Тема	СРС	ИРС	Итого по теме
Содержательный модуль 1. Основы сетевой торговли				
1	Сетевая торговля как объект научного исследования	1	1	2
2	Основные стратегии развития розничной сети	2	2	4
3	Логистический менеджмент торговых предприятий	1	1	2
4	Формирование логистической инфраструктуры в сетевой торговле	1	1	2
<i>Итого по 1 содержательному модулю</i>				10
Содержательный модуль 2. Специфика функционирования логистики сетевой торговли				
5	Управление товарными запасами в розничной торговой сети	2	2	4
6	Прогнозирование в логистике сетевой торговли	2	2	4
7	Организация логистики сетевой торговли через сеть Интернет	2	2	4
8	Электронная коммерция	1	2	3
<i>Итого по 2 содержательному модулю</i>				15
<i>Всего по СРС и ИРС</i>				25

10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОБЩЕЙ УСПЕВАЕМОСТИ

Общая оценка знаний студентов по дисциплине проводится по 100 - балльной шкале согласно следующим критериям:

Содержательные модули	Вид работы	Баллы
Содержательный модуль 1	Организационно - учебная работа студента в аудитории	8
	Самостоятельная работа	10
<i>Итого по содержательному модулю 1</i>		18
Содержательный модуль 2	Организационно-учебная работа студента в аудитории	12
	Самостоятельная работа	15
	Модульная контрольная работа	15
<i>Итого по содержательному модулю 2</i>		42
Всего		60
Экзамен		40
Общий итог		100

Порядок оценивания учебных достижений обучающихся

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной аттестации	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 7-м (ул. Челюскинцев, 186) и 5-м учебных корпусах (ул. Челюскинцев, 189 в) университета. Для проведения практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Лабораторные занятия проводятся в компьютерных классах, оборудованных стационарными компьютерами и перечисленным выше оборудованием. Если группа студентов немногочисленная и всем хватает переносных компьютеров (ноутбуков или нетбуков) занятие может проводиться в обычной аудитории.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное в учебно-методических кабинетах 7-го (ауд.108) и 5-го учебных корпусов (ауд. 207), материально-техническая база учебной лаборатории «Маркетинг» и «Межкафедральной учебной лаборатории заочной формы обучения».

12. РЕСУРСЫ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Изучение дисциплины «Логистика сетевой торговли» может осуществляться с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий:

1. *Облако сервиса mail.ru Молоховой Я.О.* Папка «Логистика сетевой торговли» <https://cloud.mail.ru/public/2fLz/56zLtdUpT>

13. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименования основной литературы	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС ДонНУ
1	Молохова Я.О. Логистика сетевой торговли: учебное пособие для магистратуры./Я.О.Молохова.- Донецк: ГОУ ВПО «ДонНУ»,2019. – 100с.		+
2	Молохова Я.О. Логистика сетевой торговли: учебно - методическое пособие для магистратуры. /Я.О.Молохова. Донецк: ГОУ ВПО «ДонНУ»,2019. – 116с.		+

3	Минько Э. В. Оценка эффективности коммерческих проектов: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям 080301 - "Коммерция (торговое дело)", 080111 - "Маркетинг", по направлению 080300.68 - "Коммерция" и другим экономическим специальностям и направлениям / Э. В. Минько, О. А. Завьялов, А. Э. Минько; под ред. Э. В. Минько. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2014. - 368 с.	1	
4	Маркетинг и логистика в управлении коммерческой деятельностью предприятий: отраслевой и региональный аспекты / под общ. ред. М. И. Белявцева, С. И. Гриценко; Донецкий нац. ун-т. - Донецк: ДонНУ, 2012. - 523 с.	1	
5	Горбашко Е. А. Управление качеством : учебник для бакалавров для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по направлению 080200 "Менеджмент" / Е.А. Горбашко; Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов. - Москва: Юрайт, 2012. - 463с.	1	
	Наименований 5	3 печатных экземпляра	2 электронных ресурса
	Наименования дополнительной литературы	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС ДонНУ
1	Закон ДНР «Об аккредитации в республиканской системе аккредитации» № 62-ІНС от 10.08.2015г;		+
2	Закон ДНР «О государственном надзоре в сфере хозяйственной деятельности» №76-ІНС от 03.09.2015г;		+
3	Закон ДНР «О защите прав потребителей» №53-ІНС от 19.06.2015г;		+
4	Интернет-маркетинг на 100 % / Н. Андросов, И. Ворошилов, В. Долгов [и др.]; под ред. Сергея Сухова. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2010. - 228 с.	1	
5	Интернет-маркетинг и электронная коммерция: учеб.-метод. пособие / К. В. Новикова, А. С. Старатович, Э. А. Медведева. Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2013. – 78 с.		+
	Наименований 5	1 печатный экземпляр	4 электронных ресурсов
	Всего по дисциплине «Логистика сетевой торговли» Наименований 10	4 печатных экземпляра	6 электронных ресурсов
№ п/п	Периодические издания	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС ДонНУ
1	Вестник красноярского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://old.lib.sfu-kras.ru/resources.php3?menu1=socvest&menu2=about		+

2	Вестник молодых ученых [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.informika.ru/text/magaz/science/vys/		+
3	Вестник Оренбургского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.osu.ru/index.php?doc=1037&lang=0		+
	Наименований 13		3 электронных ресурса

14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Центр дистанционного образования экономического факультета ДонНУ. – Режим доступа: ef.donnu-support.ru
2. Научная библиотека Донецкого национального университета. – Режим доступа: library.donnu.ru
3. www.logistic.ru – информационный портал по логистике, транспорту и таможне
4. www.loglink.ru – информационный портал, посвященный интегрированной логистике
5. ELA. Европейская Логистическая Ассоциация <http://www.elalog.org/>
6. БТС – Балтийские Транспортные Системы. Транспортные ресурсы, справочная информация – www.baltics.ru
7. Журнал DISTRIBUTOR. Реестры бизнес-партнеров <http://www.publico.fi/>
8. Журнал ЛОГИНФО – информационные технологии в логистике – <http://www.loginfo.ru/>
9. Журнал ЛОГИСТИКА www.ropnet.ru/magpack/
10. Информационное обеспечение логистики <http://www.logistics.co.uk/>
11. Новости логистики. Логистические партнеры <http://www.cargoweb.nl/>
12. Официальный сайт Координационного Совета по логистике – <http://www.madi.ru/LOGISTICS/>
13. Официальный сайт Международного общества логистов –SOLE (The International Society of Logistics) – <http://www.sole.org/>
14. Официальный сайт Совета логистического менеджмента – CLM (Council of logistics management) – <http://www.clm1.org>
15. Учебно-консультационные центры логистики –<http://www.logisticstraining.com/>, www.users.bigpond.com/logistics

15. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL для свободного программного обеспечения: Антивирус Касперского, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Paint.NET.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры маркетинга и логистики ГОУ ВПО «ДонНУ»

Протокол №____от____.____20____г.

Зав. кафедрой

д.э.н., доц. Т.В. Ибрагимхалилова

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры маркетинга и логистики ГОУ ВПО «ДонНУ»

Протокол №____от____.____20____г.

Зав. кафедрой

д.э.н., доц. Т.В. Ибрагимхалилова