

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**

Кафедра «Международный транспортный менеджмент и управление цепями поставок»

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Распределительная логистика»

Направление подготовки:	<u>38.03.02 – Менеджмент</u>
Профиль:	<u>Международные логистические системы</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2018</u>

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Распределительная логистика» является формирование у студентов знаний и профессиональных навыков в области распределительной логистики как управления сквозными потоковыми процессами в сфере обращения готовой продукции в соответствии со сложившейся рыночной конъюнктурой, с целью обеспечения системного взаимодействия сбыта с производством и снабжением.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Распределительная логистика" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-6	владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
ПК-17	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

3 зачетные единицы (108 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины «Распределительная логистика» осуществляется в форме лекций и практических занятий. Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельностью и являются традиционными классически-лекционными (объяснительно-иллюстративные) с использованием презентаций (28 час.), а также в интерактивной форме. Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения, выполняются в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративное пояснение материала) в объёме 14 часов. Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы и интерактивных технологий. К традиционным видам работы относятся отработка лекционного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям. К интерактивным (диалоговым) технологиям относится отработка отдельных тем по электронным пособиям, подготовка к промежуточному контролю. Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на темы, представляющих собой логически завершённый объём учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (решение задач, работа с данными) для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые опросы, решение тестов на бумажных носителях. Проведении занятий по дисциплине (модулю) возможно с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, реализуемые с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников. В процессе проведения занятий с применением электронного обучения и

дистанционных образовательных технологий применяются современные образовательные технологии, такие как (при необходимости):- использование современных средств коммуникации;- электронная форма обмена материалами;- дистанционная форма групповых и индивидуальных консультаций;- использование компьютерных технологий и программных продуктов, необходимых для сбора и систематизации информации, проведения требуемых программой расчетов и т.д..

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

РАЗДЕЛ 1

Основные понятия распределительной логистики

Тема 1. Задачи и функции распределительной логистики

Актуальность распределительной логистики. Сущность концепции распределительной логистики ее связь с концепцией маркетинга. Схема взаимодействия маркетинга и логистики в рыночной среде, возникающие конфликты и способы их решения. Распределительная логистика как процесс управления коммерческим, каналным и физическим распределением готовой продукции и услуг. Коммерческое, каналное и физическое распределение. Основные функции распределительной логистики. Экономическая природа распределительной логистики. Основные задачи и правила распределительной логистики.

Тема 2. Организация каналов распределения

Цепочка логистических операций управления распределением. Каналы распределения как институциональные образования бизнеса. Определения и трактовки понятия «канал распределения». Типичные, основные и специализированные участники канала распределения. Основные функции распределительного канала. Распределительная или дистрибутивная сеть предприятия. Прямой канал товародвижения товаров. Косвенные и смешанные каналы товародвижения. Разделение каналов распределения по уровням. Горизонтальные и вертикальные каналы распределения. Типы каналов: обычные, союзы, партнерства, добровольные объединения, контрактные соглашения. Франчайзинг: основные черты и особенности. Структура каналов распределения. Структурная схема каналов распределения товаров.

РАЗДЕЛ 2

Аутсорсинг логистических операций в распределительной логистике

Тема 3. Выбор посредников и их основные характеристики

Посредники в системе распределения. Основные критерии привлечения посредников в распределительную сеть. Общие логистические издержки в системе распределения. Классификация типов посредников в каналах распределения. Торговые посредники: дилеры, дистрибьюторы, оптовые торговцы. Роль оптовых посредников при продвижении товара на рынке и их место в логистической системе. Функциональные посредники: торговые агенты, комиссионеры, брокеры. Основные функции оптовой торговли. Процесс выбора партнеров по каналу сбыта. Критерии выбора оптовых посредников. Современные тенденции в развитии розничной сети

Тема 4. Аутсорсинг.

Использование в распределительных каналах фирмы логистических посредников. Функции логистических посредников: обмена, физического распределения, поддерживающие. Основные причины обращения к логистическим посредникам в распределительной логистике. Преимущества использования аутсорсинга.

РАЗДЕЛ 3

Управление и организация распределения продукции предприятия

Тема 5. Распределительная сеть предприятия

Особенности составления и применения плана распределения. Распределительная (дистрибутивная) сеть предприятия. Правила построения распределительной сети. Системы распределения продукции: классификация и типы. Одноканальная, многоканальная, комбинированная системы распределения. Интенсивное, селективное и эксклюзивное распределение. Горизонтальные и вертикальные системы распределения. Варианты сбытовых систем. Последовательность выбора оптимального варианта распределения. Критерий минимума приведенных затрат. Выбор числа и местоположения распределительных центров. Структура распределения (сбыта) на предприятии. Компетенции сотрудников службы распределения. Управление каналами распределения.

Тема 6. Управление заказами в логистике распределения

Значение управления заказами в тактическом управлении компании. Начало заказа. Работа по заказу. Конец заказа. Основные задачи управления заказами. Конечная цель внедрения управления заказами. Цикл заказа. Управление циклом заказа подразделениями компании. Планирование и передача заказа. Структура времени выполнения заказа.

Тема 7. Выход на новые рынки сбыта и работа с дистрибуторами

Анализ двух показателей – «Индекса развития рынка» (ИРР) и «Индекса развития компании» (ИРК). Плюсы и минусы рынков различных типов. Разработка стратегии дистрибуции. Три классических типа стратегии: стратегия «широкий охват + контроль», стратегия «широкий охват + слабый контроль», стратегия «точечная дистрибуция». Пути поиска партнеров. Классификация партнеров. Требования к статусу дистрибутора. Критерии оценки потенциального дистрибутора. Способы стимулирования дистрибуторов. Способы стимулирования потребителей. Выбор средств стимулирования потребителей.

Тема 8. Запасы и поставки в распределительной логистике

Запасы готовой продукции на предприятиях. Основные задачи управления запасами в распределительной логистике. Издержки в распределении. Издержки по содержанию товарных запасов. Издержки по реализации готовой продукции. Потери в результате отсутствия товарных

запасов. Процесс управления товарными запасами. Критерии оптимизации материальных потоков. Управление поставками в распределительной логистике. План (программа) поставки. Классификация поставок. Равномерность и ритмичность поставок. Коэффициенты вариации и равномерности. Организация логистики возвратных потоков. Теория очередей.

РАЗДЕЛ 4

Основы логистического сервиса

Тема 9. Обслуживание клиентов как функция логистики

Понятие потребительского сервиса и его элементы, обслуживание потребителей. Значение и сущность логистического сервиса. Предмет и объект логистического сервиса. Классификация видов сервисного обслуживания продукции. Формирование системы логистического сервиса. Базовый уровень обслуживания. Совершенный заказ. Услуги с добавленной стоимостью. Критерии качества сервиса. Уровень логистического сервиса. Методы разработки стратегии обслуживания Концепция «ценности для клиента».

Тема 10. Управление логистическим сервисом

Требования потребителя к поставщику в сети распределения. Отклик логистики на требования потребителя в сети распределения. Ключевые показатели эффективности обслуживания потребителей. Параметры оценки качества потребительского сервиса. Гар-модель Зейтгамла.

Зачет