



658.5

Ю.А. Балдина

**СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Методические указания по
самостоятельной работе студентов

Челябинск
2013

Министерство образования и науки Российской Федерации
Южно-Уральский государственный университет
Кафедра «Экономика торговли»

658.8

Ю.А. Балдина

СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Методические указания по самостоятельной работе студентов

Под редакцией Ю.Г.Кузменко

Челябинск
2013

Одобрено учебно-методической комиссией кафедры

Рецензенты:

И.Ю. Окольнишникова, Я.С. Добрынина

Балдина Ю.А.

С149 Сбытовая деятельность коммерческого предприятия: методические указания по самостоятельной работе студентов / Ю.А. Балдина; под ред. Ю.Г. Кузменко - Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. - 24 с.

Методические рекомендации составлены в соответствии с требованиями ФГОС 3+, раскрывают теоретико-методологические характеристики и способы организации самостоятельной работы студентов, позволяющие более эффективно работать с учебной и научной литературой, критически осмысливать прочитанный и изученный материал.

Представленные материалы могут быть использованы для подготовки специалистов и бакалавров экономистов и менеджеров.

УДК 64.04 (075.8)

Оглавление

Введение.....	5
1. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.....	7
2. Место дисциплины в структуре ОП ВО	7
3. Объём и виды учебной работы	8
4. Содержание дисциплины	9
4.1. Лекции	9
4.2. Практические занятия, семинары.....	10
4.3. Самостоятельная работа студента.....	12
5. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе.....	12
6. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.....	13
6.1. Паспорт фонда оценочных средств.....	13
6.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания.....	14
6.3. Типовые контрольные задания	15
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	16
Заключение	19
ПРИЛОЖЕНИЕ А	20

Введение

Методические указания предназначены для организации самостоятельной работы учащихся по дисциплине «Сбытовая деятельность коммерческого предприятия» для направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело». Главная задача методических указаний помочь самостоятельно освоить некоторые теоретические вопросы и выполнить практические задания по дисциплине «Сбытовая деятельность коммерческого предприятия» для направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело». Методические указания облегчают подготовку к выполнению самостоятельных работ, а так же обращают внимание студента на главное, существенное в изучаемой дисциплине, помогают выработать умения анализировать, связывать теорию с практикой. Методические указания содержат тематику, формы, требования по формам и методам контроля самостоятельной работы. Материал, предлагаемый методическими рекомендациями, рассмотрен и утвержден на методической комиссии в соответствии с программой по дисциплине «Сбытовая деятельность коммерческого предприятия» для направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело».

Данный курс является специализированным курсом, формирующим будущего специалиста в сфере торгового дела. Учитывая сложность вопросов сбытовой деятельности и логистики, предполагается в итоге изучения данного курса приобретение необходимых знаний в этой области для выбора правильного подхода в определении наиболее подходящего рынка сбыта. В целях достижения хороших результатов в производственной и коммерческой деятельности необходимо дальнейшее углубление такого рода знаний на основе изучения мирового опыта, специфики экономики России и своей практической работы. Изучение курса предусматривает помимо лекционного материала, проведение семинарских и практических занятий, а так же самостоятельную работу студентов над отдельными темами и вопросами курса. К самостоятельной работе студентов относится изучение основной дополнительной литературы, периодических изданий для участия в семинарских занятиях, а также выступление с докладами, подготовка рефератов. В ходе обучения у студента складывается представление о сбытовой деятельности коммерческих предприятий, как о составной части общего курса торгового дела.

Цель дисциплины освоение теоретических знаний в области организации и

управления торгово-сбытовой деятельностью приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности и формирование необходимых компетенций.

Задачи для достижения указанной цели:

- усвоение основных понятий в области торгово-сбытовой деятельности;
- изучение составных элементов коммерческой деятельности, функций сбытовой деятельности, особенностей составления договоров, установления коммерческих связей;
- приобретение умений заключать договора, обеспечивать товародвижение;
- оказывать услуги торговли.

1. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Настоящие методические указания содержат вопросы, работы и примеры заданий, которые позволяют студентам самостоятельно овладеть знаниями, профессиональными умениями, опытом творческой и исследовательской деятельности и направлены на формирование следующих компетенций:

В рамках компетенции ПК-2 способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери планируемые результатами обучения (ЗУНы) будут:

Знать:

- теоретические основы сбытовой деятельности коммерческого предприятия;
- торгово-технологические процессы в коммерческих предприятиях.

Уметь:

- регулировать процессы хранения; определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов.

Владеть:

- навыками учета и списания потерь, проведения инвентаризации

В рамках компетенции ПК-13 готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) планируемые результатами обучения (ЗУНы) будут:

- знать: основы реализации проектов в области профессиональной деятельности.
- уметь реализовать проекты в профессиональной деятельности..
- владеть навыками реализации проектов в профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана представлены в табл.1.

Таблица 1

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
В.1.22 Анализ коммерческой деятельности	Не предусмотрены

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин (табл.2):

Таблица 2

Требования к «входным» знаниям, умениям и навыкам студента

Дисциплина	Требования
В.1.22 Анализ коммерческой деятельности	<p>Знать: - основные понятия, цели, задачи, принципы, сферы применения, объекты, субъекты коммерческой деятельности; - методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы; - договоры в коммерческой деятельности: порядок заключения, контроль за исполнением; - государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности.</p> <p>Уметь: - выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение; - осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты.</p> <p>Владеть (иметь опыт деятельности): - аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой деятельности на предприятиях; - умениями и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой деятельности организации; - опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности; - осуществлять выбор каналов распределения, поставщиков и торговых посредников.</p>

3. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 ч и распределение по видам учебной работы представлены в табл.3.

Таблица 3

Виды учебной работы и распределение часов

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		8
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144
<i>Аудиторные занятия</i>	72	72
Лекции (Л)	36	36
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	36	36
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	72	72
Подготовка к семинарам	36	36
Подготовка к зачету	36	36

Вид итогового контроля - зачет.

4. Содержание дисциплины

Содержание дисциплины и объемы аудиторных занятий по видам представлены в табл.4.

Таблица 4

Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Организация сбытовой деятельности	12	6	6	0
2	Планирование сбытовой деятельности.	12	6	6	0
3	Организация сбытовой деятельности на предприятиях	12	6	6	0
4	Оперативное регулирование сбытовой деятельности	12	6	6	0
5	Оптовая и розничная торговля в сбытовой деятельности	12	6	6	0
6	Сбытовая деятельность и маркетинг	12	6	6	0

4.1. Лекции

В табл.5 представлено краткое содержание лекционных занятий.

Наименование или краткое содержание лекционного занятия

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Сущность и содержание сбытовой деятельности	4
2	1	Основные функции сбытовой деятельности. Понятие сбытовой деятельности и сбытовой логистики. Задачи службы сбыта. Функции сбытовой деятельности.	4
3	1	Структура сбытовых запасов. Пропускная способность складов и их мощность. Понятие транзитной нормы отгрузки. Нормы погрузки и выгрузки. Направления деятельности отдела сбыта предприятия.	4
4	2	Функции планирования сбытовой деятельности. Основные функции планирования сбытовой деятельности. Задачи сбытовой деятельности. Планы сбыта на коммерческих предприятиях..	4
5	2	Понятие товарной продукции. Понятие реализованной продукции. Понятие отгруженной продукции. Составление плана реализации. Составляющие расчета плана реализации на планируемый период. Схема формирования товарно-транспортного баланса. Планирование ассортиментной загрузки производства.	4
6	2	Планирование мероприятий по стимулированию сбыта. Подходы в планировании рекламных кампаний. Прогнозирование рынка. Подходы при разработке прогнозов. Прогнозы по периоду времени. Способы разработки прогнозов. Логистические издержки сбытовой деятельности.	6
7	3	Роль и значение сбытовых служб. Варианты сбытовой деятельности. Функции службы сбыта. Задачи службы сбыта. Классификация принципов организации службы сбыта на предприятии.	6

4.2. Практические занятия, семинары

В табл.6 представлено краткое содержание практических занятий и семинаров.

Таблица 6

Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Основные функции сбытовой деятельности. Понятие сбытовой деятельности и сбытовой логистики. Задачи службы сбыта. Функции сбытовой деятельности. Структура сбытовых запасов. Пропускная способность складов и их мощность. Понятие транзитной нормы отгрузки. Нормы погрузки и выгрузки.	6
2	2	Направления деятельности отдела сбыта предприятия. Работа по формированию портфеля заказов и загрузки производства. Составление производственного задания. Формирование номенклатурного плана производства. Заключение договоров. Контроль. Отгрузка продукции. Планирование и организация работы склада. Выставки, ярмарки, реклама.	2
3	2	Функции планирования сбытовой деятельности. Основные функции планирования сбытовой деятельности. Задачи сбытовой деятельности. Планы сбыта на коммерческих предприятиях. Понятие товарной продукции. Понятие реализованной продукции. Понятие отгруженной продукции.	2
4	2	Прогнозирование рынка. Подходы при разработке прогнозов. Прогнозы по периоду времени. Способы разработки прогнозов. Логистические издержки сбытовой деятельности.	2
5	3	Роль и значение сбытовых служб. Варианты сбытовой деятельности. Функции службы сбыта. Задачи службы сбыта. Классификация принципов организации службы сбыта на предприятии. Обобщенный вариант организационной структуры отдела сбыта торгового предприятия.	6
6	4	Процесс регулирования сбытовой деятельности. Факторы сбытовой деятельности. Общие составляющие характеристики предприятия. Перечень обобщенных показателей товара. Задачи мониторинга. Методы проведения мониторинга выполнения плана поставок. Схема проведения мониторинга. Алгоритм проведения мониторинга. Функция учета в сбытовой деятельности.	6
7	5	Оптовая торговля. Понятие оптовой торговли. Функции оптовой торговли. Основные категории организации оптовой торговли.	4

4.3. Самостоятельная работа студента

Список литературы с указанием разделов, глав и страниц, необходимой для подготовки к выполнению самостоятельной работы студентов применительно к разным видам работ, представлен табл. 7.

Таблица 7

Выполнение самостоятельной работы студента

Выполнение СРС		
Вид работы и содержание задания	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц)	Кол-во часов
Подготовка к практическим занятиям	ЭУМД, доп.лит. 4, с. 3-158	36
Подготовка к зачету	ЭУМД, осн.лит. 2, с. 4 - 30	36

5. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе

Инновационные образовательные технологии подразумевают целенаправленное, осмысленное изменение педагогической деятельности (и управления этой деятельностью) через разработку и введение в образовательных учреждениях педагогических и управленческих новшеств: нового содержания обучения, воспитания, управления; новых способов работы, новых средств, организационных форм. В качестве инновационных форм учебных занятий по дисциплине «Сбытовая деятельность коммерческого предприятия» используются интерактивные формы обучения – командная работа (работа в малых группах) и дискуссия по актуальным вопросам, связанными особенностями торговой деятельности.

Таблица 8

Инновационные формы учебных занятий

Инновационные формы учебных занятий	Вид работы (Л, ПЗ, ЛР)	Краткое описание	Кол-во ауд. часов
Использование проектно-организованных технологий обучения работе в команде над комплексным решением практических задач	Практические занятия и семинары	Организация сбытовой деятельности коммерческого предприятия (на примере "МОЛЛ")	6

Таблица 9

Собственные инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе

Инновационные формы обучения	Краткое описание и примеры использования в темах и разделах
Использование методов, основанных на изучении практики (case studies)	Использование ситуационных задач

6. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

6.1. Паспорт фонда оценочных средств

Паспорт фонда оценочных средств составляется на основе компетенций, формируемых в процессе обучения, и состоит из всех видов контроля, включая текущий и промежуточный, с указанием типа заданий (табл.10).

Таблица 10

Паспорт фонда оценочных средств

Наименование разделов дисциплины	Контролируемая компетенция ЗУНы	Вид контроля (включая текущий)	№№ заданий
Все разделы	ПК-2 способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	зачет (промежуточный контроль)	вопросы к зачету

Наименование разделов дисциплины	Контролируемая компетенция ЗУНЫ	Вид контроля (включая текущий)	№№ заданий
Сбытовая деятельность и маркетинг	ОПК-2 способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	Опрос (текущий контроль)	вопросы к опросу
Все разделы	ПК-13 готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	тест (текущий контроль)	задания для проведения тестирования
Все разделы	ПК-13 готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	зачет (промежуточный контроль)	вопросы к зачету

6.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

В табл.11 представлены критерии оценивания в зависимости от вида контроля и процедуры оценивания.

Таблица 11

Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
зачет (промежуточный контроль)	Зачет проводится в форме устного опроса. В аудитории, где проводится зачет, должно одновременно присутствовать не более 6 – 8 студентов. Каждому студенту задается по одному вопросу или заданию из каждой темы, выносимой на зачет. При неправильном ответе студенту могут быть заданы уточняющие или новые вопросы из этой темы. Тема считается освоенной, если студент смог ответить на 65% вопросов, заданных по этой теме.	Зачтено: за освоение всех тем, вынесенных на зачет. Дополнительным условием получения оценки «зачтено» могут стать хорошие успехи при выполнении самостоятельной и контрольной работы и систематическая активная работа на практических занятиях. Не зачтено: за не освоение хотя бы одной темы

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
тест (текущий контроль)	По итогам выполнения домашних заданий проводится тестирование. Процедура проведения тестирования предполагает одновременное нахождение в аудитории группы студентов (но не более 30 человек). Каждому студенту выдается бланк заданий, включающий себя перечень вопросов и вариантов ответов. Для корректности проведения процедуры оценивания задания составляются минимум в 2-х вариантах. Общее количество вариантов тестовых заданий не ограничено. Тест считается успешной пройденным, если студент ответил на 65% вопросов.	Зачтено: правильные ответы на 65% и более вопросов теста Не зачтено: правильные ответы на менее 65% вопросов теста

6.3. Типовые контрольные задания

В табл.12 представлены типовые контрольные задание в соответствии с видом контроля.

Таблица 12

Типовые контрольные задания

Вид контроля	Типовые контрольные задания
зачет (промежуточный контроль)	<p>Понятие сбытовой деятельности и сбытовой логистики. Основные функции сбытовой деятельности. Задачи службы сбыта. Структура сбытовых запасов. Пропускная способность складов и их мощность. Понятие транзитной нормы отгрузки. Нормы погрузки и выгрузки. Направления деятельности отдела сбыта предприятия. Работа по формированию портфеля заказов. Составление производственного задания. Формирование номенклатурного плана производства. Заключение договоров. Контроль. Отгрузка продукции.</p>

Вид контроля	Типовые контрольные задания
	Планирование и организация работы склада. Выставки, ярмарки, реклама. Функции планирования сбытовой деятельности. Планы сбыта на коммерческих предприятиях. Понятие товарной продукции. Понятие реализованной продукции. Понятие отгруженной продукции. Составление плана реализации. Планирование ассортимента загрузки производства. Планирование мероприятий по стимулированию сбыта. Подходы в планировании рекламных кампаний. Прогнозирование рынка. Подходы при разработке прогнозов. Роль и значение сбытовых служб. Варианты сбытовой деятельности. Функции и задачи службы сбыта. Классификация принципов организации службы сбыта на предприятии. Процесс регулирования сбытовой деятельности. Факторы сбытовой деятельности. Задачи мониторинга. Методы проведения мониторинга плана поставок. Алгоритм проведения мониторинга. Функция учета в сбытовой деятельности. Понятие и функции оптовой торговли. Основные категории организации оптовой торговли. Понятие и функции розничной торговли. Классификация розничной торговли. Структура розничной сети.
тест (текущий контроль)	Приложение А

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Баркан, Д. И. Управление сбытом Учеб. пособие Д. И. Баркан; Санкт-Петербург. гос. ун-т. - СПб.: Издательство СПбГУ, 2003. - 343 с.

2. Баркан, Д. И. Управление продажами Текст учебник Д. И. Баркан ; Высш. школа менеджмента ; Санкт-Петербург. гос. ун-т. - 2-е изд., испр. - М.: Высшая

школа менеджмента : Издательский дом Санкт-Пете, 2008

б) дополнительная литература:

1. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность Текст учеб. для вузов Ф. Г. Панкратов. - 11-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2009. - 500 с.

2. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность Учеб. для вузов по специальности "Коммерция" Информ.-внедрен. центр "Маркетинг". - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Маркетинг, 2000. - 578,[1] с.

3. Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли Текст учеб. для вузов Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц. - 9-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2009. - 696 с.

4. Дашков, Л. П. Организация и управление коммерческой деятельностью Текст учебник для вузов по направлению "Товароведение" (бакалавр) Л. П. Дашков, О. В. Памбухчиянц. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2012. - 686 с. ил.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Маркетинг в России и за рубежом ,16+ ,ЗАО "Финпресс"

2. Маркетинг и маркетинговые исследования ,16+ ,ЗАО "Издат. дом Гребенникова"

3. Логистика и управление цепями поставок ,науч. журн. ,Гос. ун-т - Высш. шк. экономики (ГУ - ВШЭ), Нац. логист. ассоц.

4. Логистика сегодня ,16+ ,ЗАО "Изд. дом "Гребенников"

5. Логистика: Экономика. Производство. Транспорт. Распределение. Маркетинг ,ежекв. журн. ,ООО "Журн. "Тара и упаковка"

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Сбытовая логистика Учеб. пособие по курсу "Логистика" для студентов спец. 0701 Саратов. гос. техн. ун-т

В табл.13 представлена электронная учебно-методическая документация, а также наименование ресурса в электронной форме и возможности доступа.

Таблица 13

Электронная учебно-методическая документация

Наименование разработки	Наименование ресурса в электронной форме	Доступность
Основная литература		
Ширяев, В.И. Управление бизнес-процессами. [Электронный ресурс] / В.И. Ширяев, Е.В. Ширяев. — Электрон. дан. — М. : Финансы и статистика, 2009. — 464 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/1026 — Загл. с экрана.	Электронно-библиотечная система Издательства Лань	Интернет / Авторизованный

Наименование разработки	Наименование ресурса в электронной форме	Доступность
Дополнительная литература		
Иванова, С. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Альпина Паблшер, 2013. — 277 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/32486 — Загл. с экрана.	Электронно-библиотечная система Издательства Лань	Интернет / Авторизованный
Синяева, И.М. Маркетинг в коммерции. [Электронный ресурс] / И.М. Синяева, В.В. Земляк, В.В. Синяев. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2014. — 548 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/56241 — Загл. с экрана.	Электронно-библиотечная система Издательства Лань	Интернет / Авторизованный

Заключение

В методических указаниях по самостоятельной работы студентов представлены объемы и виды учебной работы, формируемые в процессе изучения дисциплины «Сбытовая деятельность коммерческого предприятия» компетенции обучающегося, определено место дисциплины в структуре ОП ВО, представлены планы практических и лекционных занятий, примеры вопросов, инновационные образовательные технологии, используемые в процессе обучения. Существенное внимание уделено учебно-методическому и информационному обеспечению дисциплины.

Методические указания по самостоятельной работы студентов по дисциплине «Сбытовая деятельность коммерческого предприятия» составлены в соответствии с требованиями образовательного стандарта.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

1. Различается ли семантика терминов «сбыт», «распределение» и «дистрибьюция»?

- а) нет, перечисленные термины являются синонимами;
- б) различаются только термины «сбыт» и «распределение»;
- в) различаются лишь термины «сбыт» и «дистрибьюция»;
- г) различаются только термины «дистрибьюция» и «распределение»;
- д) да, и существенно.

2. Что является объектом изучения сбытовой логистики?

- а) материальный и сопутствующие ему (генерируемые им) информационный, финансовый и сервисный потоки;
- б) товарно-материальный поток;
- в) информационный и сервисный потоки;
- г) материальный и финансовый потоки;
- д) организация и управление рациональным процессом продвижения продукции от производителя (производителя) к конечному потребителю.

3. Что является предметом изучения сбытовой логистики?

- а) организация и управление рациональным процессом продвижения продукции от производителя (производителя) к конечному потребителю;
- б) товарно-материальный поток;
- в) материальный и финансовый потоки;
- г) информационный и сервисный потоки;
- д) материальный и сопутствующие ему (генерируемые им) информационный, финансовый и сервисный потоки.

4. Какой из перечисленных ниже признаков не относится к отличительным признакам логистической концепции сбыта?

- а) процесс управления материальными, информационными, финансовыми и сервисными потоками подчиняется целям и задачам логистики;
- б) существует системная взаимосвязь процесса сбыта с процессами производства и снабжения;
- в) осуществляется интеграция всех функций внутри самого сбыта;
- г) организация и управление рациональным процессом продвижения продукции от I производителя (производителя) к конечному потребителю.

5. Какие из перечисленных ниже негативных последствий сложившихся условий сбыта не относятся к организационно-экономическим факторам?

- а) высокий уровень логистических издержек в системе товарообращения (заметно выше, чем в развитых странах);
- б) потеря товарной специализации оптовых организаций;
- в) отсутствие внутри- и межрегионального взаимодействия товаропроводящих структур;
- г) непрофильное использование складских комплексов (примерно на две трети пустуют либо сдаются в аренду);
- д) целевые ориентации на производителя и недостаток внимания к сфере

обращения.

6. Какой из перечисленных ниже подходов не относится к решению вопроса взаимосвязи и разграничения компетенций сбытовой логистики и маркетинга?

а) интеграция функций сбыта, логистики и маркетинга на основе отрицания различия в уровне компетенции;

б) наличие принципиальных разграничений маркетинговой, сбытовой и логистической деятельности и обособление их функциональной компетенции;

в) взаимопроникновение функций и компетенции, приоритет маркетинговой деятельности: логистика и сбыт являются частью маркетинга;

г) приоритет логистики: маркетинг является частью сбытовой логистики;

д) отсутствие внутри- и межрегионального взаимодействия товаропроводящих структур.

7. К какой стадии функционального жизненного цикла продукции относится сбытовая логистика?

а) потребления или эксплуатации и утилизации продукции;

б) изготовления продукции;

в) обращения продукции;

г) исследования и проектирования продукции;

д) ни к одной из перечисленных стадий.

8. Какие из перечисленных ниже функций сбытовой логистики относятся к основным?

а) сбыт (функции обмена — передачи собственности), хранение, транспортирование;

б) стандартизация, финансирование, страхование от рисков, информационное и научное обеспечение, логистический сервис;

в) функции купли-продажи готовой продукции;

г) функции обмена готовой продукции;

д) функции управления движением сырья и материалов в логистической цепи.

9. Какие из перечисленных ниже функции сбытовой логистики относятся к обеспечивающим?

а) стандартизация, финансирование, страхование от рисков, информационное и научное обеспечение; логистический сервис;

б) сбыт (функции обмена—передачи собственности), хранение, транспортирование;

в) функции купли-продажи готовой продукции;

г) функции обмена готовой продукции;

д) функции управления движением сырья и материалов в логистической цепи.

10. Какие из перечисленных ниже видов сбытовой логистики не относятся к основным функциям микроуровня?

а) организация получения и обработки заказов;

б) планирование процесса реализации;

в) выбор упаковки продукции, ее комплектация и консервирование;

г) организация отгрузки продукции;

д) передача прав собственности на готовую продукцию.

11. Какие из перечисленных ниже сбытовой логистики не относятся к основным функциям макроуровня?

а) построение организационной структуры распределительных каналов и сети;

б) дислокация дистрибутивных центров (баз, складов) и других звеньев логистической сети в распределительных каналах;

в) транспортировка готовой продукции, возвратной тары и отходов;

г) складирование, хранение и грузопереработка готовой продукции в складской системе;

д) страхование рисков, ценообразование, информационно-компьютерная поддержка сбыта и специальных логистических функций.

12. Какие из перечисленных ниже функций сбытовой логистики относятся к обеспечивающим функциям макроуровня?

а) страхование рисков, ценообразование, информационно-компьютерная поддержка сбыта и специальных логистических функций;

б) управление запасами, консолидация и рассредоточение товаров;

в) сбыт готовой продукции;

г) планирование процесса реализации;

д) транспортировка готовой продукции.

13. Какие из перечисленных ниже функций сбытовой логистики не относятся к обеспечивающим функциям микроуровня?

а) поддержание стандартов качества готовой продукции;

б) расчет налоговых платежей и прибыли;

в) бухгалтерский учет;

г) мониторинг выполнения плана поставок продукции;

д) страхование рисков.

14. Какие из перечисленных ниже субъектов управления не относятся к сфере сбытовой логистики?

а) продуценты;

б) производители;

в) посреднические институты;

г) конечные потребители;

д) сельскохозяйственные рабочие.

15. Распределительный канал — это:

а) структура, объединяющая внутренние подразделения организации с внешними агентами и дилерами, оптовыми и розничными торговцами, через которых осуществляется продажа товаров, продуктов или услуг;

б) физическая среда взаимодействия розничных и оптовых торговцев;

в) совокупность отделов организации, занимающихся логистической деятельностью;

г) наиболее рациональный путь реализации готовой продукции конечному потребителю;

д) синоним распределительного центра.

16. Чем отличаются «прямой» и «косвенный» сбыт?

а) числом посредников при сбыте товаров: прямой сбыт предполагает отсутствие посредников; косвенный сбыт характеризуется определенным количеством посредников;

б) числом посредников при сбыте товаров: прямой сбыт характеризуется определенным количеством посредников; косвенный сбыт предполагает отсутствие посредников;

в) числом уровней распределительного канала: прямой сбыт - это синоним многоуровневого канала; косвенный сбыт—синоним канала нулевого уровня; г) не отличаются;

д) отличаются только названием.

17. В чем отличие дилеров от дистрибьюторов?

а) дилер ведет операции от своего имени и за свой счет, дистрибьютор — от имени производителей и за свой счет;

б) дилер ведет операции от имени производителей и за свой счет, дистрибьютор — от своего имени и за свой счет;

в) дилер ведет операции от своего имени и за свой счет, дистрибьютор — от своего имени и за счет производителя;

г) дилер ведет операции от своего имени и за счет производителя, дистрибьютор — от своего имени и за свой счет;

д) дилер ведет от имени производителя и за его счет, дистрибьютор — от своего имени и за счет производителя.

18. Как классифицируются посредники по признаку «тип сбытовой политики»? а) эксклюзивные, селективные, интенсивные;

б) дилеры, дистрибьюторы, комиссионеры, брокеры;

в) функциональные специалисты, вспомогательные специалисты;

г) посредники для единичных сделок, обычные посредники, административные системы;

д) партнерства и союзы, контрактные системы, совместные предприятия.

19. Уровень распределительного канала — это:

а) структура, объединяющая внутренние подразделения организации с внешними агентами и дилерами, оптовыми и розничными торговцами, через которых осуществляется продажа товаров, продуктов или услуг;

б) подразделение внутренней сбытовой сети организации; в) снабженческо-сбытовые службы макрологистической системы;

г) партнерства и союзы, контрактные системы, совместные предприятия;

д) посредник, который выполняет работу по приближению товара и права собственника на него к конечному потребителю.

20. Какое из приведенных ниже определений характеризует основное содержание институционально-описательного метода анализа и проектирования распределительных каналов?

а) идентификация, описание и классификация всех возможных посреднических институтов в канале;

б) графическое представление возможных каналов распределения по типу

сырья или товара;

в) определение детальной структуры канала распределения применительно не к отдельному продукту, а к той или иной группировке продуктов;

г) последовательное построение схемы бизнес-процесса в виде декомпозиции функций до неделимых операций, на входе и выходе которых отражаются: материальные и информационные объекты, используемые ресурсы, организационные единицы;

д) идентификация структуры каналов распределения, анализ связей и взаимодействия в канале.