Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна Должность: Ректор

Дата подписания: 19.09.2021 13:12:59 Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78



УП: 38.04.06.03\_1.plx стр. 3

|  |
| --- |
| **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| 1.1 | Изучить основной понятийный аппарат дисциплины «Логистика в сфере услуг», принципы и методы управления логистикой в сфере услуг. Привить навыки принятия решений по логистике услуг . Показать механизм стимулирующего воздействие услуг на процесс товародвижения. |

|  |
| --- |
| **2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| **ПК-2:Способен управлять логистической инфраструктурой организации и оценивать ее эффективность** |

|  |
| --- |
| **В результате освоения дисциплины обучающийся должен:** |
| **Знать:** |
| показатели и методы оценки эффективности работы подразделений и служб торгового предприятия; |
| **Уметь:** |
| рассчитывать основные показатели эффективности работы подразделений и служб торгового предприятия; |
| **Владеть:** |
| Владеть и применять ключевые показатели качества товаров и услуг, реализуемых торговым предприятием;Современными методами сбора, анализа и обработки информации о тенденциях развития рынка логистической инфраструктуры организации и методами оценки ее эффективности; |

|  |
| --- |
| **3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| **Код занятия** | **Наименование разделов и тем /вид занятия/** | **Семестр / Курс** | **Часов** | **Компетен- ции** | **Литература** |
|  | **Раздел 1. «Сфера услуг в современном обществе»** |  |  |  |  |
| 1.1 | Тема 1.1 Понятие, экономическое содержание и роль услуг | 3 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 |
|  | в логистических системах |  |  |  | Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 |
|  | Понятие «сервисной» экономики. Сравнительная |  |  |  |  |
|  | характеристика индустриальной и «сервисной» экономик. |  |  |  |  |
|  | Понятие услуг, их двойственный характер. Две группы |  |  |  |  |
|  | услуг в зависимости от характера их потребления |  |  |  |  |
|  | (производственное и конечное потребление услуг). |  |  |  |  |
|  | Термины и определение основных понятий (услуга, |  |  |  |  |
|  | качество услуги, система качества, качество |  |  |  |  |
|  | обслуживания, свойство услуги и т.д.). Показатели |  |  |  |  |
|  | качества услуги. Факторы, определяющие важную роль |  |  |  |  |
|  | услуг в экономике: высокая доходность (ликвидность) |  |  |  |  |
|  | услуг; минимальный срок оплаты услуг; относительно |  |  |  |  |
|  | невысокая материалоемкость. |  |  |  |  |
|  | /Лек/ |  |  |  |  |
| 1.2 | Тема 1.1 Понятие, экономическое содержание и роль услуг | 3 | 2 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 |
|  | в логистических системах |  |  |  | Л2.2 Л2.3 |
|  | Понятие «сервисной» экономики. Сравнительная |  |  |  |  |
|  | характеристика индустриальной и «сервисной» экономик. |  |  |  |  |
|  | Понятие услуг, их двойственный характер. Две группы |  |  |  |  |
|  | услуг в зависимости от характера их потребления |  |  |  |  |
|  | (производственное и конечное потребление услуг). |  |  |  |  |
|  | Термины и определение основных понятий (услуга, |  |  |  |  |
|  | качество услуги, система качества, качество |  |  |  |  |
|  | обслуживания, свойство услуги и т.д.). Показатели |  |  |  |  |
|  | качества услуги. Факторы, определяющие важную роль |  |  |  |  |
|  | услуг в экономике: высокая доходность (ликвидность) |  |  |  |  |
|  | услуг; минимальный срок оплаты услуг; относительно |  |  |  |  |
|  | невысокая материалоемкость.Подготовка рефератов и |  |  |  |  |
|  | презентаций по основным вопросам темы с |  |  |  |  |
|  | использованием пакета Microsoft Office |  |  |  |  |
|  | /Пр/ |  |  |  |  |

УП: 38.04.06.03\_1.plx стр. 4

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1.3 | Тема 1. Понятие, экономическое содержание и роль услуг | 3 | 4 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 |
|  | в логистических системах |  |  |  | Л2.2 Л2.3 |
|  | Понятие «сервисной» экономики. Сравнительная |  |  |  |  |
|  | характеристика индустриальной и «сервисной» экономик. |  |  |  |  |
|  | Понятие услуг, их двойственный характер. Две группы |  |  |  |  |
|  | услуг в зависимости от характера их потребления |  |  |  |  |
|  | (производственное и конечное потребление услуг). |  |  |  |  |
|  | Термины и определение основных понятий (услуга, |  |  |  |  |
|  | качество услуги, система качества, качество |  |  |  |  |
|  | обслуживания, свойство услуги и т.д.). Показатели |  |  |  |  |
|  | качества услуги. Факторы, определяющие важную роль |  |  |  |  |
|  | услуг в экономике: высокая доходность (ликвидность) |  |  |  |  |
|  | услуг; минимальный срок оплаты услуг; относительно |  |  |  |  |
|  | невысокая материалоемкость. |  |  |  |  |
|  | /Ср/ |  |  |  |  |
| 1.4 | Тема 1.2. Услуги в системе интегрированного рынка | 3 | 2 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 |
|  | Услуги как экономический товар. Интегрированный |  |  |  | Л2.2 Л2.3 |
|  | рынок и место услуг в нем. Виды локальных рынков. |  |  |  |  |
|  | Основные группы рынков в составе интегрированного |  |  |  |  |
|  | рынка. Место рынка услуг в нем. Взаимосвязь товаров и |  |  |  |  |
|  | услуг. Роль рынка услуг как связующего звена в общем |  |  |  |  |
|  | рыночном пространстве. /Лек/ |  |  |  |  |
| 1.5 | Тема1. 2. Услуги в системе интегрированного рынка | 3 | 2 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 |
|  | Услуги как экономический товар. Интегрированный |  |  |  | Л2.2 Л2.3 |
|  | рынок и место услуг в нем. Виды локальных рынков. |  |  |  |  |
|  | Основные группы рынков в составе интегрированного |  |  |  |  |
|  | рынка. Место рынка услуг в нем. Взаимосвязь товаров и |  |  |  |  |
|  | услуг. Роль рынка услуг как связующего звена в общем |  |  |  |  |
|  | рыночном пространстве.Подготовка рефератов и |  |  |  |  |
|  | презентаций по основным вопросам темы с |  |  |  |  |
|  | использованием пакета Microsoft Office /Пр/ |  |  |  |  |
| 1.6 | Тема 1.2. Услуги в системе интегрированного рынка | 3 | 4 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 |
|  | Услуги как экономический товар. Интегрированный |  |  |  | Л2.2 Л2.3 |
|  | рынок и место услуг в нем. Виды локальных рынков. |  |  |  |  |
|  | Основные группы рынков в составе интегрированного |  |  |  |  |
|  | рынка. Место рынка услуг в нем. Взаимосвязь товаров и |  |  |  |  |
|  | услуг. Роль рынка услуг как связующего звена в общем |  |  |  |  |
|  | рыночном пространстве. /Ср/ |  |  |  |  |
| 1.7 | Тема 1.3. Инфраструктурная сущность услуг | 3 | 2 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 |
|  | Особенности взаимосвязи инфраструктурных и |  |  |  | Л2.2 Л2.3 |
|  | обслуживаемых систем. Понятие эмерджентности услуг. |  |  |  |  |
|  | Формирование услуг под влиянием производства и |  |  |  |  |
|  | научно-технического прогресса. Инфраструктурные |  |  |  |  |
|  | рынки услуг: производственные, социальные, |  |  |  |  |
|  | институциональные. /Лек/ |  |  |  |  |
| 1.8 | Тема1. 3. Инфраструктурная сущность услуг | 3 | 4 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 |
|  | Особенности взаимосвязи инфраструктурных и |  |  |  | Л2.2 Л2.3 |
|  | обслуживаемых систем. Понятие эмерджентности услуг. |  |  |  |  |
|  | Формирование услуг под влиянием производства и |  |  |  |  |
|  | научно-технического прогресса. Инфраструктурные |  |  |  |  |
|  | рынки услуг: производственные, социальные, |  |  |  |  |
|  | институциональные.Подготовка рефератов и презентаций |  |  |  |  |
|  | по основным вопросам темы с использованием пакета |  |  |  |  |
|  | Microsoft Office /Пр/ |  |  |  |  |
| 1.9 | Тема1. 3. Инфраструктурная сущность услуг | 3 | 4 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 |
|  | Особенности взаимосвязи инфраструктурных и |  |  |  | Л2.2 Л2.3 |
|  | обслуживаемых систем. Понятие эмерджентности услуг. |  |  |  |  |
|  | Формирование услуг под влиянием производства и |  |  |  |  |
|  | научно-технического прогресса. Инфраструктурные |  |  |  |  |
|  | рынки услуг: производственные, социальные, |  |  |  |  |
|  | институциональные. /Ср/ |  |  |  |  |

УП: 38.04.06.03\_1.plx стр. 5

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1.10 | Тема 1.4. Классификация услугСуществующие классификации услуг. Международная практика типизации услуг. Производственные услуги и их виды. Классификация услуг оптового рынка . /Лек/ | 3 | 2 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 |
| 1.11 | Тема 1.4. Классификация услугСуществующие классификации услуг. Международная практика типизации услуг. Производственные услуги и их виды. Классификация услуг оптового рынка .Подготовка рефератов и презентаций по основным вопросам темы с использованием пакета Microsoft Office /Пр/ | 3 | 2 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 |
| 1.12 | Тема 1.4. Классификация услугСуществующие классификации услуг. Международная практика типизации услуг. Производственные услуги и их виды. Классификация услуг оптового рынка . /Ср/ | 3 | 4 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 |
|  | **Раздел 2. Логистика в сфере услуг** |  |  |  |  |
| 2.1 | Тема 2.1.. Логистический характер услуг | 3 | 2 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 |
|  | Принцип логистики: каждой продаже товара должна |  |  |  | Л2.2 Л2.3 |
|  | сопровождаться выполнением комплекса услуг, |  |  |  |  |
|  | оказываемых продавцом покупателем. Услуги логистики |  |  |  |  |
|  | служат инструментом ускорения товародвижения (в |  |  |  |  |
|  | оптовой и розничной торговле). Методы анализа |  |  |  |  |
|  | логистической системы «товар- услуги», структура |  |  |  |  |
|  | логистического анализа. Характеристика: управляемой и |  |  |  |  |
|  | управляющей систем; |  |  |  |  |
|  | функциональных и обеспечивающих подсистем; |  |  |  |  |
|  | документов и документооборота; структура нормативно- |  |  |  |  |
|  | справочной информации. Место логистической структуры |  |  |  |  |
|  | на интегрированном рынке. |  |  |  |  |
|  | /Лек/ |  |  |  |  |
| 2.2 | Тема 2.1.. Логистический характер услуг | 3 | 4 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 |
|  | Принцип логистики: каждой продаже товара должна |  |  |  | Л2.2 Л2.3 |
|  | сопровождаться выполнением комплекса услуг, |  |  |  |  |
|  | оказываемых продавцом покупателем. Услуги логистики |  |  |  |  |
|  | служат инструментом ускорения товародвижения (в |  |  |  |  |
|  | оптовой и розничной торговле). Методы анализа |  |  |  |  |
|  | логистической системы «товар- услуги», структура |  |  |  |  |
|  | логистического анализа. Характеристика: управляемой и |  |  |  |  |
|  | управляющей систем; |  |  |  |  |
|  | функциональных и обеспечивающих подсистем; |  |  |  |  |
|  | документов и документооборота; структура нормативно- |  |  |  |  |
|  | справочной информации. Место логистической структуры |  |  |  |  |
|  | на интегрированном рынке.Подготовка рефератов и |  |  |  |  |
|  | презентаций по основным вопросам темы с |  |  |  |  |
|  | использованием пакета Microsoft Office |  |  |  |  |
|  | /Пр/ |  |  |  |  |
| 2.3 | Тема 2.1.. Логистический характер услуг | 3 | 4 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 |
|  | Принцип логистики: каждой продаже товара должна |  |  |  | Л2.2 Л2.3 |
|  | сопровождаться выполнением комплекса услуг, |  |  |  |  |
|  | оказываемых продавцом покупателем. Услуги логистики |  |  |  |  |
|  | служат инструментом ускорения товародвижения (в |  |  |  |  |
|  | оптовой и розничной торговле). Методы анализа |  |  |  |  |
|  | логистической системы «товар- услуги», структура |  |  |  |  |
|  | логистического анализа. Характеристика: управляемой и |  |  |  |  |
|  | управляющей систем; |  |  |  |  |
|  | функциональных и обеспечивающих подсистем; |  |  |  |  |
|  | документов и документооборота; структура нормативно- |  |  |  |  |
|  | справочной информации. Место логистической структуры |  |  |  |  |
|  | на интегрированном рынке. |  |  |  |  |
|  | /Ср/ |  |  |  |  |

УП: 38.04.06.03\_1.plx стр. 6

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.4 | Тема 2.2 Показатели качества логистических услуг Понятие сертификации и стандартизации услуг.Категории качества в международном стандарте ISO. Понятие «качество услуги». Категории качества услуг с точки зрения их значимости для потребителя (внутренние, материальные, нематериальные, время обслуживания, психологическое). Система критериев качества услуг оптового рынка. /Лек/ | 3 | 2 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 |
| 2.5 | Тема 2.2 Показатели качества логистических услуг Понятие сертификации и стандартизации услуг.Категории качества в международном стандарте ISO. Понятие «качество услуги». Категории качества услуг с точки зрения их значимости для потребителя (внутренние, материальные, нематериальные, время обслуживания, психологическое). Система критериев качества услуг оптового рынка.Подготовка рефератов и презентаций по основным вопросам темы с использованием пакета Microsoft Office /Пр/ | 3 | 2 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 |
| 2.6 | Тема 2.2 Показатели качества логистических услуг Понятие сертификации и стандартизации услуг.Категории качества в международном стандарте ISO. Понятие «качество услуги». Категории качества услуг с точки зрения их значимости для потребителя (внутренние, материальные, нематериальные, время обслуживания, психологическое). Система критериев качества услуг оптового рынка. /Ср/ | 3 | 4 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 |
| 2.7 | Тема 2.3. Услуги как объект коммерции | 3 | 2 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 |
|  | Понятие коммерциализации услуг. Особенности |  |  |  | Л2.2 Л2.3 |
|  | коммерции услуг. Источники дохода от услуг: |  |  |  |  |
|  | непосредственный и косвенный. Объекты коммерции |  |  |  |  |
|  | услуг как триединый экономический товар. Особенности |  |  |  |  |
|  | системы «товары-услуги». Стимулирующее воздействие |  |  |  |  |
|  | услуг на продвижение и продажу товаров на рынке |  |  |  |  |
|  | средств производства. Эластичность услуг и ее величина. |  |  |  |  |
|  | Жизненный цикл услуг и технологий их выполнения. |  |  |  |  |
|  | Специфические особенности сферы услуг по сравнению |  |  |  |  |
|  | со сферой материального производства. Концепция |  |  |  |  |
|  | коммерции услуг на оптовом рынке. /Лек/ |  |  |  |  |
| 2.8 | Тема 2.3. Услуги как объект коммерции | 3 | 4 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 |
|  | Понятие коммерциализации услуг. Особенности |  |  |  | Л2.2 Л2.3 |
|  | коммерции услуг. Источники дохода от услуг: |  |  |  |  |
|  | непосредственный и косвенный. Объекты коммерции |  |  |  |  |
|  | услуг как триединый экономический товар. Особенности |  |  |  |  |
|  | системы «товары-услуги». Стимулирующее воздействие |  |  |  |  |
|  | услуг на продвижение и продажу товаров на рынке |  |  |  |  |
|  | средств производства. Эластичность услуг и ее величина. |  |  |  |  |
|  | Жизненный цикл услуг и технологий их выполнения. |  |  |  |  |
|  | Специфические особенности сферы услуг по сравнению |  |  |  |  |
|  | со сферой материального производства. Концепция |  |  |  |  |
|  | коммерции услуг на оптовом рынке.Подготовка рефератов |  |  |  |  |
|  | и презентаций по основным вопросам темы с |  |  |  |  |
|  | использованием пакета Microsoft Office /Пр/ |  |  |  |  |
| 2.9 | Тема 2.3. Услуги как объект коммерции | 3 | 4 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 |
|  | Понятие коммерциализации услуг. Особенности |  |  |  | Л2.2 Л2.3 |
|  | коммерции услуг. Источники дохода от услуг: |  |  |  |  |
|  | непосредственный и косвенный. Объекты коммерции |  |  |  |  |
|  | услуг как триединый экономический товар. Особенности |  |  |  |  |
|  | системы «товары-услуги». Стимулирующее воздействие |  |  |  |  |
|  | услуг на продвижение и продажу товаров на рынке |  |  |  |  |
|  | средств производства. Эластичность услуг и ее величина. |  |  |  |  |
|  | Жизненный цикл услуг и технологий их выполнения. |  |  |  |  |
|  | Специфические особенности сферы услуг по сравнению |  |  |  |  |
|  | со сферой материального производства. Концепция |  |  |  |  |
|  | коммерции услуг на оптовом рынке. /Ср/ |  |  |  |  |

УП: 38.04.06.03\_1.plx стр. 7

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.10 | Тема 2. 4. Организация логистических услуг Сущность логистических услуг. Классификация видов логистических услуг: послепродажное обслуживание;информационные услуги; финансово-кредитные услуги. Услуги в торговой логистике. /Лек/ | 3 | 2 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 |
| 2.11 | Тема 2. 4. Организация логистических услуг Сущность логистических услуг. Классификация видов логистических услуг: послепродажное обслуживание;информационные услуги; финансово-кредитные услуги. Услуги в торговой логистике.Подготовка рефератов и презентаций по основным вопросам темы с использованием пакета Microsoft Office /Пр/ | 3 | 2 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 |
| 2.12 | Тема 2. 4. Организация логистических услуг Сущность логистических услуг. Классификация видов логистических услуг: послепродажное обслуживание;информационные услуги; финансово-кредитные услуги. Услуги в торговой логистике.Подготовка рефератов и презентаций по основным вопросам темы с использованием пакета Microsoft Office /Ср/ | 3 | 2 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 |
| 2.13 | Тема 2.5. Оценка эффективности услуг в логистических системахПроблемы эффективности услуг и пути их решения. Сущность оптимума по Парето с целью достижения и поддержания субъектами рынка равновесного состояния. Взаимная выгода субъектов рынка как показатель эффективности. Зависимость величины удельных издержек от объема выполняемых услуг. Тарифная политика коммерции услуг. Показатели рентабельности логистических услуг. Услуги как необходимое условие конкурентоспособности субъектов оптового рынка.Подготовка рефератов и презентаций по основным вопросам темы с использованием пакета Microsoft Office/Пр/ | 3 | 2 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 |
| 2.14 | Тема 2.5. Оценка эффективности услуг в логистических системахПроблемы эффективности услуг и пути их решения. Сущность оптимума по Парето с целью достижения и поддержания субъектами рынка равновесного состояния. Взаимная выгода субъектов рынка как показатель эффективности. Зависимость величины удельных издержек от объема выполняемых услуг. Тарифная политика коммерции услуг. Показатели рентабельности логистических услуг. Услуги как необходимое условие конкурентоспособности субъектов оптового рынка. /Ср/ | 3 | 2 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 |
| 2.15 | /Экзамен/ | 3 | 36 | ПК-2 | Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 |

|  |
| --- |
| **4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ** |
| Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины. |

|  |
| --- |
| **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| **5.1. Основная литература** |
|  | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год | Колич-во |
| Л1.1 | Дыбская В. В. | Логистика складирования: учеб. для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по спец.080506 "Логистика и упр. цепями поставок" | М.: ИНФРА-М, 2016 | 22 |
| Л1.2 | Альбеков А. У., Вазарханов И. С., Пархоменко Т. В.,Ванюшкина В. В. | Логистика в вопросах и ответах: учеб. пособие | Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2016 | 43 |

УП: 38.04.06.03\_1.plx стр. 8

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год | Колич-во |
| Л1.3 | Альбеков А. У., Эльдарханов Х-М. Ю. | Логистика: учеб. пособие для студентов экон. спец. вузов | Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ "РИНХ", 2009 | 30 |
| Л1.4 | Хаирова С. М. | Логистический сервис в глобальной экономике: монография | Москва: Издательский дом "МЕЛАП", 2004 | https://biblioclub.ru/inde x.php? page=book&id=132970 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |
| Л1.5 | Голякова А. М. | Формирование потребительской ценности продукта в процессе создания услуги: выпускная квалификационная работа бакалавра: студенческая научная работа | Иркутск, 2018 | https://biblioclub.ru/inde x.php? page=book&id=490647 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |
| **5.2. Дополнительная литература** |
|  | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год | Колич-во |
| Л2.1 | Гордон М. П., Карнаухов С. Б. | Логистика товародвижения | М.: Центр экономики имаркетинга, 1999 | 15 |
| Л2.2 | Яшин, А. А., Ряшко, М. Л., Ружанская, Л. С. | Логистика. Основы планирования и оценки эффективности логистических систем: учебное пособие | Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014 | [http://www.iprbookshop.r](http://www.iprbookshop.r/) u/65940.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |
| Л2.3 |  | Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ) | , 1996 | [http://www.iprbookshop.r](http://www.iprbookshop.r/) u/61941.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |
| **5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы** |
| СПС Консультант+ |
| СПС Гарант |
| База статистических данных Росстата https://gks.ru/databases |
| Специализированный научно-практический журнал Логистика <http://www.logistika-prim.ru/> |
| **5.4. Перечень программного обеспечения** |
| Microsoft Office(Word, Power Point) |
| **5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья** |
| При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме. |

|  |
| --- |
| **6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** |
| Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения. Для проведения лекционных занятий используется демонстрационное оборудование. |

|  |
| --- |
| **7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** |
| Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. |

Приложение 1

# ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1. **Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**
	1. Показатели и критерии оценивания компетенций:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ЗУН, составляющие компетенцию | Показатели оценивания | Критерии оценивания | Средства оценивания |
| ПК -2 Способен управлять логистической инфраструктурой организации и оценивать ее эффективность |  |
| Знать: показатели и методы оценки эффективности работы подразделений и служб торгового предприятия | Полнота и достаточности информации о методах оценки эффективности работы подразделений и служб торгового предприятия | полнота и содержательность ответа на изучаемые вопросы; умение анализировать, сравнивать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал; владение категориальным аппаратом; умение аргументировано и доказательно обосновывать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; умение участвовать в дискуссии по проблемным вопросам изучаемой дисциплины; умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой дисциплины | Вопросы к экзамену (1-56); С ( М2 6-14); Р ( 3,10,14,24);Т (М1 1-12,13,14);О (1,2 ,3,4,5,6,10(14,15,16,19,20,).С (М 2 - 16,17,18,19)С (М1 -6,7,7) |
| Уметь: рассчитыватьосновные показатели эффективности работы подразделений и служб торгового предприятия. | Формирование систем основных показателей эффективности работы подразделений и служб торгового предприятия | Вопросы к экзамену (1-56); С (М2 6-14);Р (3,9,10,11,12,14,18,20,24,26);О (1,2,7,13,17 -20 )С (М1 1-5). |
| Владеть и применять ключевые показтели качества товаров и услуг, реализуемых торговыми предприятиями; Современными методами сбора, анализа и обработки информации о тенденциях развития рынка логистической инфраструктуры организации и методами оценки ееэффективности | Обладание навыками обработки и анализа информации, толкования полученных результатов, возможности их практического использования в логистической деятельности предприятия сферы услуг | Вопросы к экзамену (1-56); С (М2 6-14);Р ( 3,10,14,18, (21 -2324,28);О (1,2,3-7, 20)С (М2 -14,15);, Р С (М1 1-5). |

1.2. Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале.

84 -100 баллов (оценка «отлично»)

67 -83 баллов (оценка «хорошо»)

50 -66 баллов (оценка «удовлетворительно»)

0 -49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

# 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

**Вопросы к экзамену**

1. Понятие сервисной экономики.
2. Различие сервисной и индустриальной экономик.
3. Определение услуг.
4. Двойственный характер услуг.
5. Экономическое содержание услуг.
6. Роль услуг в экономике.
7. Факторы, определяющие значение услуг в экономике.
8. Понятие классификации услуг.
9. Признаки классификации услуг.
10. Услуги и их виды.
11. Типизация услуг.
12. Логистические услуги и их понятие.
13. Производственные услуги их понятие.
14. Экономическое содержание производственных услуг.
15. Классификация услуг оптового рынка (4-5 видов классификации СКУОТ).
16. Специфика услуг как экономического товара.
17. Взаимосвязь товаров и услуг.
18. Роль рынка услуг в рыночном пространстве.
19. Значение услуг в логистических системах.
20. Специфические особенности сферы услуг.
21. Понятие коммерции услуг.
22. Особенности логистики услуг.
23. Объекты коммерции услуг.
24. Жизненный цикл услуг как товара.
25. Характерные черты услуг как товара.
26. Необходимость сертификации услуг.
27. Особенности стандартизации услуг.
28. Качество услуг и его категории.
29. Система критериев качества услуг.
30. Сущность маркетинга услуг.
31. Особенности маркетинга услуг.
32. Задачи маркетинга услуг.
33. Понятие логистического сервиса и его необходимость
34. Место поставщика в системе услуг на оптовом рынке.
35. Виды услуг в оптово-посреднических фирмах.
36. Сущность логистического сервиса.
37. Принципы современного сервиса.
38. Основные принципы организации логистического сервиса.
39. Основные виды логистического сервиса.
40. Виды сервиса по времени его осуществления.
41. Виды сервиса по содержанию работ.
42. Порядок обслуживания клиента (кто обслуживает?).
43. Порядок обслуживания клиента (что делает сервис?)
44. Порядок обслуживания клиента (где осуществляется сервис?).
45. Порядок обслуживания клиента (когда осуществляется обслуживание?).
46. Порядок обслуживания клиента (как осуществляется обслуживание?).
47. Порядок обслуживания клиента (почему обслуживание осуществляется таким образом?).
48. Понятие эффективности услуг.
49. Показатели рентабельности услуг в логистических системах.
50. Тарифная политика коммерции услуг.
51. Услуги как необходимое условие конкурентоспособности субъектов рынка.
52. Понятие аутсорсинга.
53. Необходимость развитие аутсорсинга.
54. Виды аутсорсинговой деятельности предприятий
55. Аутсорсинг как фактор повышения конкурентоспособности организации.
56. Методы логистического анализа «товар-услуги».

Экзаменационный билет включает 3 вопроса

## Критерии оценки:

* 84-100 баллов (оценка «отлично») - изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;
* 67-83 баллов (оценка «хорошо») - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;
* 50-66 баллов (оценка удовлетворительно) - наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;
* 0-49 баллов (оценка неудовлетворительно) - ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы».

# Тесты письменные и/или компьютерные\*

## Банк тестов по разделу 1 «Сфера услуг в современном обществе» 1.Для каждой ситуации выберите один вариант ответа «да» или «нет»:

а). в сервисной экономике стратегия предприятия направлена на максимизацию выполнения услуг; б) в сервисной экономике преобладают технологические факторы;

в) в сервисной экономике – высокий уровень материальных затрат при относительно небольших трудозатратах;

г) в сервисной экономике повышается роль сферы обращения; д) верны ответы а и г;

е) верны ответы б и в; ж) все ответы верны.

## Показатели качества услуг могут быть:

а) функциональными, этическими, нравственными; б) социальными, функциональными, нравственными; в) социальными, функциональными, этическими.

## Какие из перечисленных факторов определяют особо важную роль услуг в экономике:

а) производство услуг в диалоговом режиме с конкретным потребителем;

б) высокая доходность услуг, которые, как правило, потребляются в момент их производства; в) короткий срок получения платы за выполненные услуги;

г) неспособность к хранению; д) верны ответы а и г;

е) верны ответы б и в; ж) все ответы верны.

## При классификации услуг применяются следующие подходы:

а) порядковая система, т.е. перечисление услуг;

б) ограничение услуг как объектов классификации конечным счетным множеством; в) все ответы правильны.

## Какой из перечисленных типов услуг выделяется в международной практике:

а) закупочные услуги; б) складские услуги;

в) распределительные услуги; г) транспортные услуги.

## По социальному статусу клиентуры (физических и юридических лиц) услуги делятся на:

а) массовые;

б) эксклюзивные; в) элитные;

г) высокого статуса; д) верны ответы а и в; е) верны ответы б и г; ж) все ответы верны.

## Свойства эмерджентности услуг выражается в:

а) быстром развитии сферы услуг;

б) изменении требований к качеству услуг;

в) пересечении некоторых классификационных группировок – одни и те же услуги могут быть отнесены к различным группам.

## Какие группы рынков выделяют в составе интегрированного рынка:

а) оптовые рынки; б) товарные рынки; в) рынки услуг; г)валютные рынки;

д) верны ответы б и в; е) верны ответы а и г; ж) все ответы верны.

1. **Что из перечисленного можно отнести к свойствам инфраструктуры:** а) возможность выделения частей (систем и подсистем) в зависимости от потребностей пользователей (предпринимателей) и целей функционирования; б) наличие общей цели функционирования и целей составляющих систем; в)специфика функционирования оптово-посреднических фирм и подсистем; г)наличие простых внутренних и внешних информационных связей;

д) верны ответы а и б; е) верны ответы в и г; ж) все ответы верны.

## Что из себя представляет производственная инфраструктура:

а) это сфера деятельности по оказанию материальных услуг общественному производству с целью его бесперебойного обеспечения средствами производства, энергией и информацией;

б) это сфера деятельности по оказанию общественно-полезного труда, который направлен на оказание услуг производству рабочей силы требуемой квалификации, работоспособности ответственности;

в) все ответы верны.

## Интегрированный рынок состоит из конечного множества локальных рынков, а экономический товар объединяет множество конкретных:

а) товаров производственно-технического назначения; б) материальных услуг;

в) товаров и услуг;

г) товаров и услуг, обслуживающих общественное производство. д) верны ответы б и в.

## Что из перечисленного можно отнести к характерным чертам услуги как товара:

а) неосязаемость;

б) однородность качества;

в) способность услуг к хранению; г) все ответы верны.

## 2.Банк тестов по разделу 2 « Логистический сервис как фактор повышения конкурентоспособности»

1. **К оказанию сервисных логистических услуг НЕ относится:**

а) подбор ассортимента;

б) формирование грузовых единиц;

в) обеспечение сохранности груза при транспортировке;

г) выбор поставщика.

## Критерии качества логистического сервиса:

а) надежность поставки;

б) время выполнения заказа; в) место выполнения заказа; г) наличие запасов на складе;

д) возможность предоставления кредита.

## Логистический сервис может осуществляться...

а) производителем продукции; б) экспедиторской фирмой;

в) поставщиком;

г) торгующей организацией.

## Установите последовательность логистического сервиса:

А – определение перечня наиболее значимых для покупателя услуг; Б – сегментация потребительского рынка, т.е. его разделение на конкретные группы потребителей; В – определение стандартов услуг;

Г – ранжирование услуг; Д – оценка услуг, установление соответствия между уровнем сервиса и его стоимостью;

Е – установление обратной связи с покупателями. а) Г → В → Д → А → Б → Е;

б) Б → А → Г → В → Д → Е; в) В → Г → Д → Б → А → Е.

## Ранжирование услуг осуществляется методом...

а) корреляционного анализа; б) регрессионного анализа; в) интерполяции;

г) экстраполяции;

д) экспертных оценок.

## К критериям качества логистического обслуживания относится:

а) гибкость поставки; б) способ транспортировки;

в) обеспечение запасными частями; г) гибкость цены; д) надежность поставки.

## Что является объектом маркетинга услуг на оптовом рынке:

а) процесс товародвижения, сопровождаемый и обеспечиваемый услугами;

б) процесс продвижения системы «товар-услуги» между субъектами оптового рынка; в) все ответы верны.

## Оцените справедливость приведенных ниже высказываний:

а) задача для маркетинга услуг на оптовом рынке состоим в том, чтобы убедить поставщиков реализовать свою продукцию только в сопровождении услуг, а оптовых покупателей освободить от забот про организации этого сопровождения;

б) поставщики (производственные и оптово-торговые предприятия) в системе услуг на оптовом рынке отличается узкой специализацией;

в) маркетинг услуг населению ничем не отличается от маркетинга услуг на оптовом рынке; г) все ответы верны.

## Эффективность услуг оптового рынка регулируется рынком через:

а) величину рентабельности;

б) величину тарифов, которые находятся под воздействием спроса и предложения; в) уровень насыщения рынка услугами.

## Какими величинами определяется эффективность услуг для субъекта рынка:

а) абсолютной величиной получаемого дохода; б) величиной рентабельности;

в) частью дохода от реализации результатов основной деятельности, обусловленной выполнением обеспечивающих услуг и услуг потребителям;

г) все ответы верны.

## Сервис – это:

а) услуги, оказываемые покупателю;

б) комплекс услуг, которые предоставляет продавец покупателю перед продажей товара;

в) комплекс услуг, оказываемых покупателю с целью обеспечить эффективной использование товара в течение всего времени его эксплуатации.

## Что из перечисленного можно отнести к принципам современного сервиса:

а) необязательность предложения; б) обязательность использования; в) эластичность сервиса;

г) все ответы верны.

## При ответе на какие вопросы принимаются организационные решения в сфере бизнеса:

а) кто? зачем? где? когда? почему? б) кто? что? когда? как? почему?

в) кто? что? где? когда? как? почему?

г) кто? зачем? что? где? когда? как? почему?

## Что из перечисленного можно отнести к объектам коммерции услуг:

а) товары в натурально-вещественной форме; б) систему «товар-услуги»;

в) услуги;

г) все ответы верны;

## 2. Инструкция по выполнению

Тест по дисциплине «Логистика в сфере услуг» состоит из двух модулей, соответствующих разделам тем дисциплины. Первый модуль включает 12 тестовых заданий, второй модуль-14 тестовых заданий. Каждое тестовое задание представляет собой вопрос и варианты ответов.

Студенту необходимо выбрать наиболее соответствующий правильному ответу вариант, и отметить нужную букву в матрице ответов. По некоторым вопросам теста имеет место несколько правильных вариантов ответа.

Время выполнения теста:

-по первому модулю-40 минут;

-по второму модулю- 40 минут

В процессе тестирования запрещается использование литературы и посторонней помощи.

## Критерии оценки:

Оценка тестовых заданий производится в соответствии с утвержденными критериями:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Процент правильных ответов | Оценка по общепринятой шкале |
| 1 | 90-100% | Отлично |
| 2 | 70-89% | хорошо |
| 3 | 30-69% | удовлетворительно |
| 4 | 0-29% | неудовлетворительно |

Максимальная сумма баллов по тестам: 10 баллов ( 2 теста по 5 баллов)

## Кейс-задачи

**Кейс 1. «Компания RosLogistics»**

Данный кейс – это обзор деятельности компании RosLogistics, одного из крупнейших логистических операторов России, предоставляющей профессиональные интегрированные логистические услуги на всей территории РФ с 2002 года. Среди клиентов компании можно выделить национальные и международные компании FMCG, акцизного и телекоммуникационного секторов, hitech, ритейла и др. В кейсе рассматривается общая информация о деятельности компании, особенности ее становления и развития, приведена информация о системе менеджмента, дана подробная характеристика всем видам современных логистических услуг. Актуальным, по нашему мнению, представляется исследование особенностей предоставляемых RosLogistics современных логистических услуг, мер по поддержанию

своих конкурентных преимуществ на основе эффективного внедрения международных стандартов, а также эффективной деятельности на различных сегментах логистического рынка.

Общая информация о компании

Компания RosLogistics является логистическим оператором с центральным офисом в Москве, имеющим развитую логистическую сеть и оказывающим комплекс услуг на базе складских платформ класса «А» в ключевых городах России: Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Екатеринбурге, Новосибирске и Иркутске.

За последние 10 лет работы на рынке логистических услуг численность штата компании выросла до 540 человек.

Основными преимуществами компании RosLogistics являются:

* Высокий уровень качества и надежность в предоставлении услуг.
* Длительный опыт работы на российском рынке.
* Индивидуальный подход и построение долгосрочных отношений с клиентами.
* Штат профессионалов в области логистики.

-Обеспечение выгодных и эффективных решений в области таможенных, транспортных и складских услуг.

-Интегрированная сеть с распределительными центрами в основных городах РФ.

-Управление и контроль на базе собственного программного обеспечения (AWACS/WMS).

* Наличие клиентского портала.
* Единые стандарты управления складскими операциями.

-Сочетание международного опыта и иностранного менеджмента.

-Участие британского капитала (100%).

RosLogistics в настоящее время имеет развитую сеть в крупнейших городах России, присутствие в которых обеспечивает оптимальные логистические решения для клиентов с соблюдением единых стандартов сервиса по всей территории страны.

Компания активно занимается разработкой современных логистических решений. Так, в первой половине 2012 года после запуска в промышленную эксплуатацию новой услуги для клиентов – Клиентского портала – специалисты IT-департамента RosLogistics приступили к разработке приложений на мобильных платформах. Мобильное приложение для платформы Android было выпущено в опытную эксплуатацию в марте 2012 года и прошло успешное тестирование внутри компании. В апреле 2012 года данное решение уже было предложено клиентам.

В мобильное приложение включены следующие возможности для оперативного управления: оповещение об опаздывающем и опоздавшем транспорте, перечень машин на доках, список транспортных средств, задерживающихся на доках больше расчетного времени, перечень заказов, которые потенциально могут не быть собранными к запланированному времени. Получив эту информацию, пользователь приложения (менеджер RosLogistics, сотрудник склада, клиент) может немедленно принять решение и проинформировать об этом ответственных лиц непосредственно из приложения любым удобным способом (электронная почта, звонок, SMS, запись в CRM-модуле). Приложение также содержит агрегированные показатели и модуль работы с претензиями.

Планируется и дальше развивать мобильное решение для клиентов, транспортных компаний, менеджеров RosLogistics. Намечен выпуск еще одной функции – удалѐнной регистрации автотранспорта, который должен прибыть на склад. В этом случае появится возможность в режиме реального времени с учетом дорожной обстановки планировать эффективную нагрузку на доки склада, снизить время простоя как ворот, так и водителей, а, следовательно, осуществить мечту всех логистов – работать точно, в срок, невзирая на внешние обстоятельства.

Рейтинг складов класса «А» формируется на основании оценок экспертного совета по таким позициям, как:

-Месторасположение и окружение (в том числе транспортная доступность).

-Доступ на складской комплекс (количество въездов на склад, гостевых парковок и парковочных мест; площадь территории для отстоя и маневрирования).

-Технические характеристики, инженерные системы.

-Работа управляющей компании и подрядчиков.

-Дополнительные опции (например, возможность перепрофилирования под товары, требующие специальных условий хранения).

По мнению RosLogistics, складской комплекс «ЕГ Логистика» хорошо управляется и удачно расположен при том, что найти качественную площадку в этом направлении очень сложно.

Логистические услуги

Международные экономические процессы ставят сегодня перед бизнесом новые серьезные задачи, в осуществлении которых большую роль играют качественные логистические услуги. Грамотно организованный сервис – это гарант успешности и эффективности деятельности любой организации, фирмы, предприятия, вот почему так важно правильно выбрать поставщика в сфере хранения, транспортировки и экспедирования продукции.

Компания RosLogistics предлагает следующие виды логистических услуг:

* Ответственное хранение на наших складах различных типов.
* Предпродажную подготовку товара, его качественную обработку, инвентаризацию, утилизацию.
* Транспортные перевозки (национальные и международные, автомобильные и железнодорожные, а также городскую дистрибуцию).
* Таможенные услуги.
* Дополнительные логистические услуги (копакинг, промоупаковка товара, маркировка и стикерование продукции).
* Аутсорсинг логистических услуг.

Данный комплекс логистических услуг учитывает запросы и пожелания клиентов, минимизирует их финансовые расходы за счет оптимальной стоимости услуг, включает эффективное управление и контроль при выполнении заказов любой сложности, предоставляя тем самым время и средства на ведение основного бизнеса клиентов и заказчиков.

Применение передовых технологий, автоматизация логистических бизнес-процессов, постоянное совершенствование всех направлений деятельности компании и внедрение новых проектов – отличительные особенности

бенности RosLogistics, позволяющие предоставлять полный спектр логистических услуг на высшем уровне.

Рассмотрим данные виды логистических услуг более подробно. Ответственное хранение на наших складах различных типов

Услуги по ответственному складскому хранению грузов представляют собой целый комплекс различных мероприятий, которые являются одним из основных направлений деятельности RosLogistics. Имея большой опыт в управлении складской логистикой, располагая современными складскими комплексами (склады ответственного хранения класса А) в Москве, Московской области и других городах России, компания предлагает полный перечень услуг, начиная от обработки грузов и заканчивая управлением запасами продукции.

Услуги ответственного складского хранения грузов включают:

* стеллажное (Euro/Indu) и напольное хранение крупногабаритных грузов на складах;
* зонирование в соответствии с особыми требованиями хранения товаров;

-отбор товара в заказ по требуемому клиентом методу: FIFO, FEFO, LIFO, LEFO, BBD;

* внедрение специфических режимов температуры и влажности, санитарных требований в качестве дополнительной услуги.

Склады в Москве, Подмосковье и других крупных городах России оборудованы специальной погрузочной техникой, имеют современное стеллажное оборудование, системы вентиляции, внутреннего и наружного видеонаблюдения. Собственное программное обеспечение, автоматизированная система управления складом, наличие клиентского портала позволяют сделать бизнес-процессы оптимально быстрыми, качественными и недорогими, что обеспечивает проведение складских услуг на высоком уровне и по доступным ценам.

Складские комплексы RosLogistics представляют собой современные специализированные помещения, которые позволяют оказывать необходимые виды логистических услуг, при этом индивидуальный подход к каждому заказчику сохраняется. Быстрая и точная тарификация всех процессов и операций по предоставлению услуг, реализация приемки сборных и специфичных грузов, гибкая политика цен, наличие системы коэффициентов и скидок, эффективная работа клиентского портала являются преимуществами работы с данной компанией.

В дополнение к хранению грузов компания предлагает услуги предпродажной подготовки товаров, а также проведение инвентаризации и утилизации продукции по запросу клиента. Возможности складских комплексов, наличие высококвалифицированного персонала, компетентность и знание всех технологий современной логистики позволяют RosLogistics предоставить клиентам грамотно и рационально организованный сервис.

Рассмотрим складской комплекс компании в Ростове-на-Дону более подробно. Данный объект расположен в отличном месте, на северо-востоке г. Ростов-на-Дону. Участок площадью 46 га находится в 10 км от центра города и в 1,5 км от его окружной дороги. Логистический комплекс находится рядом с трассой M4 «Москва – Ростов» и на расстоянии 2 км от крупной торгово-коммерческой зоны.

Основные характеристики объекта:

* Площадь склада 10 000 м2.

-Общая площадь комплекса 226 096 м2.

-1 док на 920 м2.

* Бетонный пол с антипылевым покрытием.

-Допустимая нагрузка на пол 7 т/м2.

* Рабочая высота 12 м.

-Шаг колонн 12×24 м.

Складской комплекс класса А включает в себя:

* Автоматизированную систему складского учета (WMS) собственной разработки AWACS на платформе ORACLE на базе Microsoft Biztalk Server. Система EDI интеграции (система электронного документооборота c SAP, Scala и 1С).

-Возможность хранения на мезонине (для целей хранения и обработки мелкоштучного и/или ценного товара, а также предоставления услуг добавочной стоимости (упаковка, маркировка, блистерование, термоусадка и др.).

-Технологии штрих-кодирования груза, RFID (терминал сбора дан-ных), а также гибкие технологии по организации подбора грузов клиентов и оптимизации хранения.

-1 док на 920 м2.

-Встроенные офисные помещения.

-Современные системы телекоммуникаций (систему резервирования каналов связи).

-Парковочные места для грузового и легкового автотранспорта.

* Выравнивающие площадки и уплотнительные контуры.
* Спринклерную систему пожаротушения и пожарную сигнализацию.
* Централизованная система безопасности, контроль доступа.
* Системы отопления и вентиляции.

Таким образом, аренда склада в Ростове-на-Дону, а также комплекс сопутствующих логистических мероприятий, представляет собой законченный продукт по занятию оптового склада в Ростове, оборудованного современной погрузочной техникой, налаженной системой вентиляции и системой охранного видеонаблюдения. Логистические услуги в данном случае включают приемку и обработку груза, заканчивая управлением складскими запасами. Кроме этого компания предлагает гибкую ценовую политику и систему скидок. Индивидуальный подход к каждому клиенту, четкая тарификация всех операций и компетентность сотрудников во всех областях логистики позволяют компании устанавливать долгосрочные взаимовыгодные отношения с партнерами.

Транспортные перевозки Автомобильные перевозки

Другим видом логистических услуг, оказываемых RosLogistics является организация перевозок грузов автомобильным транспортом, в которой компания имеет длительный опыт работы. Доставка грузов производится по конкурентоспособным ценам в фиксированные сроки. Предлагаются следующие услуги по осуществлению:

* автомобильных грузовых перевозок на территории России;
* импортно-экспортных перевозок из стран Европы, Азии, Прибалтики и СНГ;
* городской дистрибуции автомобильным транспортом от 1,5 до 20 тонн в Москве, Владивостоке, Екатеринбурге, Новосибирске, Ростове-на-Дону;
* региональной дистрибуции в городах ЦФО, ЮФО, УФО, СФО России;

-междугородних автоперевозок грузов тентованным и рефрижераторным автотранспортом грузоподъемностью до 20 тонн от Калининграда до Владивостока.

В качестве дополнительных услуг для клиентов при организации доставки грузов автомобильным транспортом предлагаются также:

* ежедневный мониторинг движения транспортных средств и GPS-слежение;
* предоставление автотранспорта с термодатчиками;

-вооруженное сопровождение грузов;

* услуги по страхованию грузов;
* услуги по хранению грузов.

Железнодорожные перевозки

Компания RosLogistics предлагает полный комплекс услуг по железнодорожной экспедиции грузов с выделением крытых и изотермических подвижных составов.

В предлагаемые услуги входят:

1. Оптимизация планирования перевозок, в т.ч.:
* разработка оптимальных транспортных схем;

-оперативный расчет стоимости перевозки грузов и предоставление комплексных тарифных ставок;

* консультации по оптимизации транспортных расходов и подготовке транспортных документов;

-предоставление информации о правилах перевозки грузов.

1. Работа с документами и оплата тарифа, в т.ч.:
* консультирование по условиям транспортно-экспедиторского обслуживания и подготовка договора с учетом интересов клиента;
* согласование со всеми участниками перевозки (администрациями железнодорожного транспорта);

-получение разрешений на перевозку грузов в порт, на экспорт, в специализированном подвижном составе, на особых условиях;

-оформление провозных документов в соответствии с таможенными, карантинными, санитарными требованиями;

* оплата тарифа по железным дорогам стран СНГ и Балтии.
1. Организация перевозок грузов, в т.ч.:
* отправка, получение и переадресовка груза на железнодорожных станциях РФ;
* организация погрузочно-разгрузочных работ;
* организация перевозок в смешанном сообщении;
* оказание содействия в выделении дополнительных планов для экспортных перевозок;

-содействие в обеспечении вагонами под погрузку продукции заказчика или продукции, следующей в его адрес.

1. Контейнерные перевозки, в т.ч.:

-транспортно-экспедиторское обслуживание экспортно-импортных и внутрироссийских грузов в 20- и 40-футовых универсальных контейнерах парка железных дорог по территории РФ;

* слежение за перемещением груза на всем пути следования.
1. Отслеживание вагонов в пути и страхование грузов, в т.ч.:

-организация страхования грузов;

-организация охраны и сопровождения грузов в пути следования;

-отслеживание вагонов в пути, предоставление информации о местонахождении грузов в странах СНГ и Балтии;

-разовая справка о местонахождении экспедируемых грузов;

-предоставление информации о перегрузке и прохождении груза че-рез перевалочные терминалы и пограничные переходы;

-отслеживание перемещения вагонов.

В конце 2011 года компания RosLogistics открыла новое направление в услугах железнодорожной перевозки грузов вагонами (в крытых и изотермических подвижных составах). Желая развить давние партнѐрские отношения с клиентом – крупнейшей в мире компанией-производителем продуктов питания и напитков – компания приняла участие в тендере, победа в котором позволила расширить спектр оказываемых услуг. В результате была дополнительно открыта железнодорожная перевозка грузов в Казахстан. При этом кроме стандартного пакета (разработка оптимальной схемы перевозки грузов, оформление плана перевозок, учѐт особых условий перевозки, обеспечение терминальной обработки грузов и др.) клиенту были предоставлены услуги по полному страхованию груза.

Таможенные услуги

Компания RosLogistics оказывает таможенные услуги с 2002 года. Качество и скорость таможенной обработки грузов – одно из основных конкурентных преимуществ. При работе с крупными компаниями

создается группа таможенного оформления определенной категории товаров, с клиентом работает персональный менеджер, отвечающий за эффективность и качество таможенных процедур. Отделы таможенного оформления открыты в настоящее время в городах Москве, Санкт-Петербурге, Брянске и Владивостоке. Обладая богатым опытом и компетентностью, Roslogistics гарантирует высокое качество следующих дополнительных услуг, одной из которых является блистерная упаковка.

Блистерная упаковка

Современная блистерная упаковка является удобным и практичным видом упаковки, где идеально сочетаются возможности картона и пластика. Обычно она состоит из футляра из прозрачной плѐнки и твѐрдой полиграфической подложки.

Блистерование – это не только эстетичный внешний вид продукции и обеспечение сохранности еѐ основных потребительских свойств, но и элемент, позволяющий эффективно продвигать интересы компании на рынке, повышать узнаваемость бренда в конкретной области. Таким образом, обеспечивается решение двух основных проблем: сохранение потребительских свойств товара и реклама

– продвижение бренда и рост его узнаваемости среди конкурентов в определѐнном сегменте.

Блистер – упаковка, предлагающая высокую степень защиты, серьѐзное препятствие для возможности подделки продукции. Традиционно изделие производится из прозрачной плѐнки, что не мешает видеть товар своими глазами, оценить его внешние данные, вид. Также одним из основных преимуществ стало значительное ускорение процесса упаковки, простота подсчѐта продукции, презентабельный внешний вид, увеличение продаж и повышение узнаваемости торговой марки.

Блистерная упаковка используется для упаковки и надѐжного хранения косметических и парфюмерных товаров, игрушек, сувенирной продукции, радиоаппаратуры, запчастей для авто, канцелярских принадлежностей и товаров прочих наименований. Таким образом, спектр использования блистеров не ограничивается, для любого товара можно предложить упаковку, которая не только защитит, но и предложит продвинуть имя своей компании на рынке товаров и услуг.

В данном случае упаковка продукции является дополнительным конкурентным преимуществом, делающим товар более привлекательным и востребованным для конечного потребителя.

Маркировка товара

Если изначально упаковка на себе несла информацию исключительно о сроке годности, то в настоящее время количество важных информационных данных на современной упаковке значительно увеличилось. Маркировка товара сегодня обязательна. Согласно требованию законодательства большая часть произведенной продукции должна иметь соответствующую маркировку. Зачастую маркировка товара наносится на продукцию для защиты продукции от подделки или с целью сообщить об особых свойствах (например, сроке годности) и конкурентных свойствах товара.

Благодаря использованию последних технологий сегодня маркировка товара, как буквенная, так и графическая, стала легко читабельной, она наносится на любые поверхности упаковки, вне зависимости от материала.

Сегодня весьма сложно представить оптовую или розничную торговлю без качественной упаковки и маркировки продукции. Эти процессы играют важнейшую роль в сфере производства, расфасовки, хранения и реализации товаров. Компания RosLogistics предоставляет услуги по маркировке товара.

Переупаковка товара (копакинг)

Для привлечения внимания покупателей, увеличения продаж продукции, представления нового товара используются различные маркетинговые инструменты, среди которых копакинг занимает особое место. В настоящее время именно этот метод получил большую популярность в предпродажной подготовке товара, ведь копакинг способствует быстрому продвижению продукта, но при этом не происходит ни увеличения, ни уменьшения рекомендуемой розничной цены.

RosLogistics предлагает клиентам услуги копакинга, которые включают в себя упаковку и переупаковку товара, формирование сборных за-казов, маркировку и стикерование, промоупаковку (промоюниты, фасовка, вложение листовок, купонов). Современный copacking center компании Roslogistics располагает специальными площадями, необходимым оборудованием и ресурсами, что позволяет организовать четко отлаженный и технологичный процесс. Подобные услуги предоставляются в Москве, Санкт-Петербурге и др. регионах.

Собственная информационная система компании RosLogistics, индивидуальный подход к заказчику, оперативность, точность и прозрачность проведения операций, возможность предоставления иных видов обработки продукции на единой площадке – все это является преимуществами и выгодно отличает компанию от других операторов. Вместе с этим обеспечивается высокая скорость предоставления услуги копакинга без потери качества, что подтверждается отсутствием претензий и положительными отзывами.

При расчѐте цены предлагается достаточно гибкая система. Так, разработаны отдельные тарифы для разовой акции и для ситуации, если акция будет продолжаться (в этом случае расчѐт можно произвести по предварительным объѐмам).

Стикеровка товара

Одна из дополнительных услуг – это профессиональное обслуживание по стикеровке товара, представляющее собой необходимую законодательно закреплѐнную процедуру при подготовке к реализации продукции в розничных сетях. Она не только облегчает дальнейшую сортировку и обработку товара на складе, но и впоследствии даѐт потребителю необходимую информацию, повышая потребительские свойства и конкурентоспособные преимущества вашей продукции.

По заказу упаковка может быть стикерована этикетками различного типа с нанесением информации по желанию клиента.

Термоусадочная упаковка

Для предприятий торговли, особенно розничных сетей, очень важна качественная предпродажная подготовка, обычно в сжатые сроки. Ведь борьба за покупателя начинается не на прилавке. Еще на стадии производства (упаковки) производителем становится понятно, насколько хорошо продукт подготовлен к продаже.

Ритейлерам требуется полностью готовый к выкладке на полки продукт с большой покупательской способностью. Пренебрегая этим аспектом, поставщик может потерять не только своего конечного потребителя, но и компанию-продавца. На желаемые обороты и объемы продаж может рассчитывать тот, кто уделил достаточно внимания упаковке, внешнему виду товара и должным образом обеспечил термоупаковку всей партии. Упаковка и термоупаковка товара является частью маркетинговой политики любой компании.

Удобно и выгодно передавать решение этих вопросов подрядчикам. Любой вид товара, прошедший термоупаковку, пользуется стабильным спросом со стороны покупателей.

В своем составе пленка содержит некоторые добавки, которые придают ей цвет, угнетают горение с помощью специальных негорючих веществ, сберегают груз от коррозии, образования конденсата на поверхности термоусадочной упаковки и от склеивания материала с упаковываемой продукцией. Примечательно, что все вещества, используемые в производстве пленки, являются безвредными и не выходят за рамки мировых стандартов, в том числе и экологических.

В основе термоупаковки товара или продукции лежит процесс, в хо-де которого упаковочный материал при использовании термического воздействия принимает форму предмета, обволакивая его, защищая тем самым от неблагоприятных воздействий снаружи. Данная технология называется термоусадкой.

Благодаря новейшим системам для термоусадки упаковки компания предлагает услуги упаковки в термоусадочную пленку, которая обеспечит полную сохранность груза на протяжении всего срока его хранения или перевозки и повысит потребительские характеристики продукта. Упаковать можно как отдельную единицу товара, так и крупноразмерные грузы.

Индивидуальный подход к нуждам каждого клиента позволяет компании удовлетворять самые сложные запросы и находить наиболее эффективные решения

Система менеджмента качества

В начале 2012 года руководством RosLogistics было принято решение о реализации комплекса мероприятий, направленных на организацию системной работы по улучшению качества услуг, а также совершенствованию процессов управления и развития персонала в целях повышения эффективности бизнеса и конкурентоспособности компании на российском логистическом рынке.

Для анализа эффективности действующих процедур была создана проектная группа, включающая в себя сотрудников всех структурных подразделений RosLogistics, представляющих не только центральный офис компании, но и разветвленную региональную сеть. По результатам этой деятельности будет разработана и реализована программа по совершенствованию Системы менеджмента качества в соответствии с Международным стандартом ISO 9001:2008, которая гарантирует оптимизацию инфраструктуры компании, повышение прозрачности всех функциональных процессов и ведет к минимизации коммерческих и имиджевых рисков. Сертификация запланирована в 2013 году. В настоящее время разработана миссия, цель и задача компании.

«Мы Команда профессионалов, обладающих многолетним успешным опытом в предоставлении комплексных логистических решений.

Наши Клиенты

Крупнейшие национальные и международные производители, дистрибьюторы, ритейлеры и сервисные провайдеры – лидеры в своих рыночных сегментах, реализующие бизнес-интересы на территории России.

Наша задача

Предоставляя качественные логистические услуги на основе современных производственных и информационных технологий, выстраивать и развивать стратегическое партнерство, ориентированное на повышение эффективности бизнеса сторон.

Наша цель

Ориентируясь на постоянное развитие и следуя принципам социальной ответственности – быть лидером российского рынка комплексных логистических решений».

Современные логистические IT-решения

Автоматизация бизнес-процессов в логистике – залог эффективности и надежности операций, поэтому RosLogistics разработала собственное программное обеспечение, гарантирующее эффективное управление и контроль выполнения заказов, прозрачность и точный расчет себестоимости транзакций, а также быструю адаптацию при внедрении новых проектов.

Преимущества IT-решений компании RosLogistics:

* Собственная информационная система WMS.

-Техническая поддержка специалистами RosLogistics.

* Совместимость с другим программным обеспечением (SAP, ORACLE, Scala и др.).

-Удобный интерфейс и кириллический алфавит.

* Наличие клиентского портала и его мобильного варианта.
* Оформление документации в формате и согласно требованиям законодательства РФ.
* Разработка индивидуальной системы отчетности в соответствии с требованиями заказчика.

Перспективы развития компании

Компания активно взаимодействует на рынке, приобретая новых надежных клиентов, среди которых особо следует выделить «Леруа Мерлен», Japan Tobacco International и Yota. «Леруа Мерлен» – международная компания-ритейлер, специализирующаяся на продаже товаров для строительства, отделки и обустройства дома, дачи и сада. Марка Леруа Мерлен помогает людям во всем мире благоустроить жилье и улучшить качество жизни.

Сегодня «Леруа Мерлен» в России – это: 18 просторных и удобных гипермаркетов в Москве и Московской области, Санкт-Петербурге, Краснодаре, Ростове-на-Дону, Самаре, Новосибирске, Омске, Воронеже, Уфе. С апреля 2011 года на складском комплексе «Дон», расположенном в городе Ростов-на-Дону, RosLogistics начала оказывать услуги ответственного хранения компании «Леруа Мерлен». Большую долю хранимых товаров составили сезонные товары, такие как садовая мебель, газонокосилки, кондиционеры и многие другие актуальные в летний сезон товары.

С марта 2011 года RosLogistics начала сотрудничать с компанией Japan Tobacco International, входящей в состав группы компаний Japan Tobacco, – крупнейшего производителя табачной продукции в России. Компания производит и продает всемирно известные марки сигарет, среди которых Mild Seven, Camel, Sobranie, Glamour и LD, а также самые продаваемые в России сигареты Winston. В портфеле брендов компании также представлены популярные российские марки: «Русский Стиль», «Петр I», «Тройка». RosLogistics оказывает услуги по складскому хранению табачных изделий компании JTI на базе комплекса «Дон», расположенного в Ростове-на-Дону.

Кроме этого в феврале 2011 года в рамках развития проекта по привлечению клиентов телекоммуникационного сектора RosLogistics заключила договор складского хранения с компанией Yota. В рамках сотрудничества компания RosLogistics предоставляет услуги по ответственному хранению телекоммуникационного оборудования компании Yota на территории складского комплекса «Лобня», расположенного на севере Москвы.

Общая информация о рынке

Ежегодно Евро-Азиатская логистическая ассоциация подводит итоги всероссийского рейтинга

«Логистический оператор России», в котором принимают участие ведущие и динамично развивающиеся компании. Об этом говорит и суммарный оборот лидеров рынка логистических услуг России за 2010 год TOP-15, который составил 163,4 млрд рублей. TOP-15 формируется по величине годового оборота компаний, у которых этот показатель превышает 500 млн рублей. Суммарный оборот по итогам 2012 года компаний рейтинга составил 198,6 млрд рублей, показав рост на 13,7% по отношению к 2011 году.

Рейтинг «Логистический оператор России» существует уже второе десятилетие и является площадкой для развития бизнеса и партнерских отношений на рынке логистики и управления цепями поставок.

Лидерами рынка логистических услуг по итогам 2012 года стали: ЗАО фирма ЦВ «Протек», Москва Группа компаний «Совфрахт-Совмортранс», Москва

Группа компаний АЛИДИ, Нижегородская область

AsstrA Associated Traffic AG, Москва ООО «С-Лоджистик», Казань

Itella Logistics, Московская область FM LOGISTIC, Москва

DPD в России, Москва STS Logistic, Москва

ЗАО «Хилти Дистрибьюшн ЛТД», Московская область 20 PONY EXPRESS, Москва

ООО «ТИС-Лоджистик», Владивосток TNT Express в России, Москва

МАКСИЛОГ – Система Комплексной Логистики, Москва Логистическая компания МОЛКОМ, Московская область ООО «Логистический оператор», Москва

ООО «Траско», Москва

Global LogisticProjects, Московская область

ООО «Логистическое Агентство 20А», Московская область ООО «ЛогЛаб», Москва

В данном рейтинге представлены компании российских сегментов национальных интермодальных транспортных операторов, транспортно-экспедиторских компаний и логистических операторов по обслуживанию международных транспортных коридоров, экспресс-доставки.

Евро-Азиатская логистическая ассоциация (EALA) основана в 2006 году ведущими транспортно-экспедиторскими, складскими и логистическими операторами с целью формирования конкурентоспособной транспортно-логистической системы России на основе построения взаимодействия региональных транспортно-логистических систем и международных транспортных коридоров.

Сегодня EALA объединяет более 30 компаний, среди которых представители ведущих российских и международных транспортных, логистических, торговых и консалтинговых компаний, промышленных предприятий и холдингов различных отраслей экономики, международные и региональные ассоциации и союзы.

Основная задача – содействие членам Ассоциации во взаимодействии при реализации национальных и региональных проектов в сфере транспортной и отраслевой логистики; поддержка интересов профессионального логистического сообщества России в диалоге власти и бизнеса.

## Задания

1. **Определите и оцените источники конкурентного преимущества, которыми обладает RosLogistics.**

## Назовите основные черты логистического рынка, упомянутые в кейсе.

**Кейс 2. Управление запасами в обслуживании пассажиров авиакомпании»**

Компания British Airway (ВА), представляющая, собой крупнейшую и мире группу международных пассажирских авиапредприятий, в течение более чем десяти лет стремилась завоевать, а затем и удержать звание «Лучшая авиакомпания в мире» путем непрерывного стремления к превосходному и постоянно совершенствуемому обслуживанию своих пассажиров. Стратегическая цель компании заключалась в обеспечении лояльности, своих клиентов, в особенности бизнесменов, которые на протяжении своей карьеры могли тратить на авиационные перелеты до млн фунтов стерлингов.

Достигнув рекордных прибылей, руководство ВА тем не менее к концу 1990-х годов объявило о своем намерении расширить географию полетов и одновременно добиться дальнейшего роста прибылей за счет увеличения выручки от продажи билетов, улучшения использования активов и сокращения операционных расходов на один млрд фунтов. В основе этого решения лежало осознание того факта, что господствующее в прошлом безудержное стремление обеспечить клиентам превосходное облуживание не всегда сдерживалось реалистичным пониманием размеров необходимых для достижения этой цели затрат.

Значительный вклад в достижение новых корпоративных целей вносит фирма British Airway Catering, входящая в состав департамента ВА по обслуживанию пассажиров. Она отвечает за доставку десятков миллионов порций бортового питания для пассажиров, подготовленных фирмами-посредниками, находящимися в аэропортах Хитроу и Гэтвик, или другими мелкими дочерними

компаниями, расположенными во многих странах мира. Объем операций является весьма значительным. Только через лондонские предприятия питания по ее заказам проходит ежегодно 250 тонн куриного мяса,

73 тонны яиц, 38 ООО ящиков вина и шампанского. ВA Catering стремится повысить качество приготовляемых блюд, сухих продуктов длительного хранения, а также непищевых товаров, таких как керамическая, стеклянная посуда, одеяла, а также устройств для перемещения и разогрева еды борту самолета. Только для обеспечения одного взлета Jumbo Jet и этой цепи поставок проходит около 40 000 наименований товаров.

Независимая компания Logistics Consulting Partners (LCP) провела анализ этой цепи и установила, что около 1400 групп товаром поступало от 250 поставщиков, расположенных во многих странах мира. Большинство из них действовали через центральный оптовый склад в аэропорту Хитроу, стоимость резервных запасов в котором достигла почти 15 млн фунтов стерлингов. Примерно те же по стоимости запасы сохранялись в сети более мелких снабженческих баз. В соответствии с возникающими потребностями товары направлялись из распределительного центра в базы снабжения, однако плохой контроль за управлением запасами фирм-посредников постоянно приводил к накоплению чрезмерных запасов, порождал поток товаров в обратном направлении (главным образом с просроченным сроком годности).

Фирмы-посредники создавали значительные запасы, чтобы застраховать себя от проблем, вызванных ненадежной системой пополнения запасов. Эти проблемы были связаны с предыдущими мерами сокращению издержек, которые принимались без учета их общего влияния на цепь поставок. Например, ВA Catering для минимизации транспортных затрат при снабжении зарубежных складов использовало свободное пространство в самолетах ВА, выполнявших чартерные грузовые перевозки, и платила за перевозки по льготному тарифу. В peзультате расписание поставок зависело от намерений грузоперевозчика, а не от потребностей клиентов. Использование внешних источников снабжения для распределительных центров позволяло поставщикам, ориентированным на снижение издержек, сокращать затраты на перемещение запасов за счет передачи своих залежалых товаров «вниз по течению» ближайшим предприятиям производства бортового питания компании ВА. Кроме того, несовершенная практика снабжения приводила к запоздалым и неполным поставкам товаров, имевшим к тому же неотчетливую маркировку и несоответствующую упаковку.

Для совершенствования снабжения ВА Catering нужна была новая система управления запасами. Первоначально разработали план, предназначенный для повышения оперативной эффективности в краткосрочном периоде и обеспечения плавного перехода к более радикальным инновациям. План был нацелен на устранения дисбаланса между обслуживанием и затратами и требовал сокращения временной протяженности цепи поставок и повышения сотрудничества между партнерами.

Исходной точкой реализации намеченной программы стало сокращения времени выполнения заказов. За счет повышения частоты и надежности и поставок (наряду с предоставлением различных видов экстренной помощи) удалось убедить поставщиков бортового питания сократить их резервные запасы и освободить складские помещения для организации в них других видов деятельности, способных приносить дополнительный доход. В течение первых трех месяцев реализации плана удалось сэкономить один млн фунтов в результате снижения спроса фирм, расположенных «ниже по течению» оптовых распределительных баз за счет использования накопленных ими избыточных запасов.

В долгосрочном плане наиболее важным оказалось получение данных, показавших руководителям групп материального снабжения ВА Catering наличие связи между сроками выполнения заказов, точностью и затратами. Удалось также установить, что сокращение издержек не обязательно должно достигаться за счет снижения уровня обслуживания. Эта информация помогла руководителям групп подготовиться к внедрению более совершенных методов управления системами поставок.

В компании началось внедрение многочисленных вспомогательных систем управления, основанных на использовании программного обеспечения ESS. Эти системы имели важнейшее значение для реализации более широкой программы модернизации цепи поставки ВА Catering, получившей название «Supply Change Project» и способной экономить десятки млн фунтов. Система ESS допускает совместную работу программных средств планирования ВА Catering с общей базой данных ВА о своих постоянных клиентах, являющихся высшими руководителями крупных фирм. За счет интеграции основных поставщиков в единую систему снабжения и проверки соответствия yровней запасов количеству проданных билетов ВА Catering получает возможность свести количество хранящихся продуктов к оптимальному уровню и отследить его изменения для отдельных направлений, рейсов или даже конкретных групп клиентов.

Эта система позволяет также вести контроль и непищевых .продуктов, поэтому она предоставляет дополнительные возможности по улучшению обслуживания пассажиров за счет более

быстрой реакции на их индивидуальные предпочтения. Например, постоянным клиентам, являющимся обладателями специальной «Золотой карточки» на борту самолета предлагается бокал любимого вина или последний мер интересующего их журнала. Данная система позволяет ВА точно рассчитать реальные затраты на предоставление этих и многих других услуг, а также осуществлять разумное и более точное планирование будущих инноваций в области сервиса.

# Задания:

## В чем состоит причина постепенного отказа British Airway от стратегии ориентации только на обслуживание?

1. **Насколько важную роль играет British Airway Catering в процессах обслуживания клиентов авиакомпании?**

## Каковы основные причины накопления излишних запасом |в сети оптовых снабженческих баз?

1. **С какой целью фирмы посредники создавали значительные pезервы в системе материальных запасов?**

## Какие негативные последствия вызывали предыдущие решения по снижению издержек? В чем состоял недостаток использования для перевозок свободного пространства в самолетах ВА?

1. **Для чего ВA Catering нужна была новая система управления запасами?**

## В чем состоял краткосрочный план совершенствования материально-технического снабжения ВА Catering?

1. **Какие инновации предусмотрены в долгосрочном плане? Возможно ли было реализовать эти мероприятия в краткосрочном периоде?**

## Что дала для обслуживания пассажиров авиакомпании интеграция программных средств планирования цепи снабжения?

**Кейс 3. Обеспечение качества при логистических операциях**

Как большинство американских начальников, Джон Алден считал, что он способен охватить всю проблему в целом, видеть все в совокупности: проблемы финансов, логистики, маркетинга и пр. Будучи выпускником престижной бизнес-школы, Алден считал, что он в высшей степени склонен к применению новаций и всегда готов рассматривать новые предложения.

Отвечая за логистические операции в крупной фармацевтической компании, Алден был очень горд по поводу внедрения им программы повышения производительности труда в области логистики. Он считал, что теперь уж все, что связано с логистикой, формализовано и находится под контролем.

Целью программы Алдена было то, чтобы все использовалось с максимально возможной мощностью и максимальной производительностью и, по крайней мере, отвечало средним показателям по отрасли.

Недавно Алдену официально было объявлено о начале стратегического внедрения в компании концепции «полного контроля над качеством» (Total Quality Management). Цель компании: «предвидеть, предвосхищать и превышать ожидания и требования клиентуры». Хотя Алден и относился несколько скептически к подобным компаниям, считая их неподготовленными, тем не менее, остаться в стороне от процесса он не мог.

## *Задание*. Определите систему действий Джона Алдена по установлению принципов «полного контроля над качеством» в области логистики.

**Кейс 4. Глобализация логистики и качество логистических операций**

Минесота Майнинг энд Менуфекчуринг (ЗМ) является иллюстрацией успешно действующей глобальной компании. Примерно 50% поступлений на счета компании осуществляются от деятельности зарубежных филиалов и предприятий. ЗМ действует в 55 странах, где на ее предприятиях трудятся более 90 тыс. человек. Продукция компании – это более 60 тыс. наименований. Большое внимание компания уделяет НИОКР (научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, от англ. Research and Development), регулярно затрачивая на исследования и разработки более 6% от суммы всех поступлений. Компания проповедует принцип глобальной стратегии по всему земному шару. В странах Западной Европы ЗМ производит и реализует только ту продукцию, которая является результатом последних

достижений науки и техники, включая технические новинки машиностроения и космических технологий.

В Европе у компании действуют 50 межрегиональных центров, созданных на паритетных началах с местным капиталом. В Азиатско-Тихоокеанском регионе ЗМ имеет собственные небольшие производства. В Японии у компании крупный научно-исследовательский центр, в Латинской Америке у ЗМ действуют заводы, продукция каждого из которых ориентирована на местный рынок, рынок этой конкретной страны.

Хотя в разных регионах у компании разные стратегии, тем не менее, ЗМ сформулировала единые основные принципы глобализации своей деятельности:

быть впереди конкурентов;

любом месте начинать с небольших инвестиций, постоянно развиваясь и расширяясь;

в

нанимать местный высококвалифицированный персонал;

* проявлять максимум гибкости, оперативно реагируя на новые возможности и новые условия.

В последнее время глобальная стратегия компании сочетается с глобализацией ее маркетинговых и логистических операций. Наличие производств компании в разных регионах земного шара потребовало создания единой стратегии и в области логистики.

По мнению ЗМ понимание логистики 90-х годов и начала следующего века – быть лучше в складских работах, упаковочных работах, обработке товаросопроводительной и транспортной документации, лучше обслуживать клиентов-покупателей, не допуская потерь груза в пути. Еще один путь: устранить излишние логистические издержки.

Одним из лозунгов компании в 90-х годах был лозунг: «Качество – это безотходное производство».

## *Задание*. Увяжите борьбу компании за качество логистических операций с указанным лозунгом.

**Инструкция по выполнению**

Для подготовки к решению кейсов рекомендуется использовать материалы лекционного курса и литературы, рекомендованной рабочей программой данной дисциплины.

Для успешного решения кейса необходимо:

* 1. Определить проблемы.
	2. Найти фактов по данной проблеме.
	3. Рассмотреть альтернативные решения.
	4. Выбрать обоснованное решение.

При проведении письменного анализа кейса помните, что основное требование, предъявляемое к нему, – краткость.

В процессе поэтапной работы с кейсом в аудитории обычно выделяют следующие этапы: 1.Этап введения в кейс. Кейсы могут быть розданы каждому обучающемуся за день до занятий или на самом занятии. В последнем случае на ознакомление выделяется 5-7 мин в зависимости от сложности кейса.

1. Анализ ситуации (индивидуально или в малых группах). После деления на микрогруппы (3-5 чел) дается определенное время для решения проблемы, подготовки и выступления (не более 20-25 мин). Жесткое требование — укладываться в установленные сроки. Участники выявляют проблему, вырабатывают, оценивают и выбирают оптимальное решение, готовятся к презентации.
2. Этап презентации решений по кейсам. Представляют решение кейса от каждой малой группы 1 — 2 участника (спикера). Время —до 5 мин. Каждая группа делает доклад о полученных результатах и рефлексивный доклад о ходе групповой работы. доклады обсуждаются всеми подгруппами.
3. Этап общей дискуссии. Доклады обсуждаются всеми подгруппами.
4. Этап подведения итогов.. Заключение по полученным каждой подгруппой результатам делает преподаватель после завершения обсуждения всех докладов. Продолжительность —5-10 мин

## Критерии оценки:

|  |  |
| --- | --- |
| **Оценка** | **Критерии оценивания** |
| - оценка 5 баллов | свободное владение профессиональной терминологией; умение высказывать и обосновать свои суждения;осознанно применяет теоретические знания для решения ситуационного задания организует связь теории с практикой. |
| - оценка 4 балла | студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения ситуационного задания, но содержание и форма ответа имеют отдельныенеточности; |
| оценка 3 балла | студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения ситуационного задания, не может доказательно обосновать свои суждения |
| оценка 0 баллов | в ответе проявляется незнание основного материала программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения ситуационного задания, отсутствует аргументация изложенной точки зрения, нетсобственной позиции. |

Максимальная сумма баллов за выполнение кейсов: 20 баллов (4 кейса по 5 баллов)

# Вопросы для собеседования

## Модуль 1 « Сфера услуг в современном обществе»

1. Этапы формирования понятия «услуга».
2. Природу услуги в современных трактовках. Услуги и обслуживание (сервис)
3. Причины стремительного развития логистических услуг в развитых странах, в России 4.Логистические услуги в современной экономике.

5.Логистические услуги как объект коммерции. 6.Анализ состояния рынка логистических услуг.

1. Структура и состояние мирового рынка логистических услуг.
2. Особенности конъюнктуры рынка логистических услуг.

## Модуль 2 «Логистический сервис как фактор повышения конкурентоспособности»

6.Тенденции развития российского рынка логистических услуг. 7.Логистическое обслуживание и логистический сервис.

1. Инновационные логистические технологии в сфере услуг.
2. Показатели эффективности инновационных логистических технологий в сфере услуг.
3. Экономическое содержание аутсорсинга.
4. Оценка эффективности услуг в логистических системах .
5. Роль услуг в логистических системах.
6. Оценка эффективности услуг в логистических системах
7. Логистический характер услуг
8. Стратегии развития логистической деятельности в сфере услуг 16.Логистический метод управления в сфере услуг.

17.Развитие логистической деятельности в сфере услуг. 18.Современные технологии на рынке логистических услуг.

1. Логистические тренды в сфере услуг.

## Критерии оценки:

Оценка **«отлично» (84-100 баллов)** выставляется, если студент:

* + обстоятельно, с достаточной полнотой излагает сущность вопросов экзаменационного билета;
	+ дает правильные формулировки, точные определения понятий, законов и терминов;
	+ обнаруживает полное понимание материала и может обосновать свой ответ. Может привести примеры, не только данные в учебнике, лекциях, но и подмеченные студентом на экскурсиях и во время прохождения практики, а также демонстрирует знания, полученные из других источников информации (специальные журналы, научные доклады, рефераты, монографии, выставки по профилю специальности, научно-практические конференции и т.д.);
	+ свободно владеет материалом, показывая связанность и последовательность в изложении, привлекает при изложении сущности вопросов знания промежуточных учебных дисциплин;
* кратко, четко и по существу отвечает на вопросы, задаваемые членами комиссии Оценка «**хорошо**» (67-83 балла) ставится, если студент:
	+ дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает при этом единичные ошибки и неточности, которые сам же уточняет или исправляет после замечаний преподавателя или членов комиссии;

Оценка «**удовлетворительно**» (50-66 баллов )ставится, если студент:

* + допускает неточности в формулировке правил, терминов, формулировок, законов;
	+ излагает материал недостаточно связанно и последовательно. Оценка «**неудовлетворительно»** (0-49 баллов) ставится, если студент:
* обнаруживает незнание большей части материала соответствующих вопросов экзаменационного билета, допускает в формулировках определений, понятий и правил неточности и ошибки, искажающие их смысл;
* беспорядочно и неуверенно излагает содержание материала, сопровождая изложение материала частыми заминками и прерыванием;
* обнаруживает полное незнание или непонимание материала.

Максимальная сумма баллов по собеседованию:45 баллов (9 тем по 5 баллов)

## Темы рефератов

1. Логистическая система обеспечения сервисного обслуживания продукции.
2. Перспективы развития информационной логистики в сфере услуг.
3. Организация инновационной логистической деятельности в сфере услуг.
4. Взаимосвязь логистики и маркетинга на предприятиях (компаниях, фирмах).
5. Логистические системы управления запасами на предприятии .
6. Использование принципов логистики в деятельности предприятия сферы услуг.
7. Формирование логистических издержек организаций сферы услуг. 8.Транспортное обеспечение логистики.

9.Эффективность логистического сервиса в повышении конкурентоспособности предприятия. 10.Логистическая поддержка инновационной деятельности предприятия.

1. Логистические методы организации и планирования информационных потоков на предприятиях сферы услуг.
2. Выбор и оценка логистических посредников в цепи поставок. 13.Складирование и его роль в цепях поставок.
3. Основные принципы и этапы создания инновационной информационной системы логистики на предприятиях сферы услуг.
4. Информационные технологии в логистике.
5. Управление логистической инфраструктурой предприятия. 17.Организация логистического обслуживания на предприятии. 18.Аутсорсинг и его роль в цепи поставок.
6. Логистические услуги и их роль в цепях поставок.
7. Управление логистическим обслуживанием в розничной торговле. 21.Логистика в сервисной экономике.
8. Логистизация товародвижения на оптово-розничном рынке.
9. Логистическое обеспечение посреднической деятельности на товарном рынке. 24.Развитие лизинга на рынке услуг.
10. Оптимизация и управление операционной логистической деятельностью (складирование, транспортировка, управление заказами, упаковка и др.)
11. Методы управления складской логистикой. 27.Управление услугами предприятий оптовой торговли.

28.Развитие аутсорсинга услуг транспортных перевозок (железнодорожные, авто-, авиа-). 29.Логистика производственных услуг оптово-посреднических предприятий.

## Критерии оценки:

**Критерии оценки:**

Обучающийся получает за доклад 5 баллов при соблюдении следующих требований:

* поставлена проблема исследования, обоснована ее актуальность (1 балла);
* сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему (1 балла);
* сделаны выводы по исследуемой проблеме (1 балла);
* обозначена авторская позиция (1балла);
* использовано не менее пяти литературных источников, соблюдены требования к оформлению работы (1 балл).

За несоблюдение указанных требований оценка снижается на 1 балл по каждому пункту. Максимальная сумма баллов за доклады: 15 баллов (3 доклада по 5 баллов)

## Устный опрос по темам дисциплины

Содержит 20 вопрос.

Форма опроса – фронтальный/индивидуальный/комбинированный. Задания к устному опросу:

1. Понятие инновационной логистики.
2. Показатели эффективности инновационных технологий логистики сферы услуг.

3 Роль услуг в экономике.

1. Экономическое содержание услуг.
2. Факторы, определяющие значение услуг в экономике.
3. Логистические услуги и их понятие.
4. Показатели эффективности логистической деятельности в сфере услуг.
5. Специфика услуг как экономического товара.
6. Роль рынка услуг в рыночном пространстве.
7. Значение услуг в логистических системах.
8. Специфические особенности сферы услуг.
9. Понятие коммерции услуг.
10. Особенности логистики услуг.
11. Объекты коммерции услуг.
12. Жизненный цикл услуг как товара.
13. Характерные черты услуг как товара.
14. Необходимость сертификации услуг.
15. Особенности стандартизации услуг.
16. Качество услуг и его категории.
17. Система критериев качества услуг в логистике.

## Критерии оценки:

|  |  |
| --- | --- |
| - оценка 5 баллов выставляется обучающемуся, если | изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученныхзнаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала |

|  |  |
| --- | --- |
|  | при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой |
| - оценка 4 балла выставляется обучающемуся при наличии | твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, студент четко излагает материал, однако студентом допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, студент усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины; |
| оценка 3 балла выставляется обучающемуся при наличии в | твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике; |
| оценка 0 баллов выставляется обучающемуся, если | если его ответы не связаны с вопросами, студент допускает наличие грубых ошибок в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса, не умеет применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов надополнительные и наводящие вопросы |

Максимальная сумма баллов по устному опросу: 10 баллов ( 2 модуля по 5 баллов)

# 3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п.

2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена. Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов в экзаменационном задании – 3.

.

## Результаты процедуры:

Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке

# Приложение 2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

* лекции;
* практические занятия;

В ходе лекционных занятий рассматриваются теоретические аспекты логистической деятельности в сфере услуг, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки и знания различных методов сбора, анализа и мониторинга необходимой информации

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

* изучить рекомендованную учебную литературу;
* изучить конспекты лекций;
* подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;

–письменно решить домашнее задание, рекомендованные преподавателем при изучении каждой

темы.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат, доклад или

сообщение по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса или посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.

## Методические рекомендации по написанию реферата , требования к оформлению

Реферат – письменный доклад по определенной теме, в котором собрана информация из одного или нескольких источников.

Цель работы над рефератом **-** углубленное изучение отдельных вопросов из сферы профессиональной деятельности.

Рефераты пишутся обычно стандартным языком, с использованием типологизированных речевых оборотов вроде: «важное значение имеет», «уделяется особое внимание», «поднимается вопрос»,

«делаем следующие выводы», «исследуемая проблема», «освещаемый вопрос» и т.п. К языковым и стилистическим особенностям рефератов относятся слова и обороты речи, носящие обобщающий характер, словесные клише. У рефератов особая логичность подачи материала и изъяснения мысли, определенная объективность изложения материала.

Реферат не копирует дословно содержание первоисточника, а представляет собой новый вторичный текст, создаваемый в результате систематизации и обобщения материала первоисточника, его аналитико- синтетической переработки. Будучи вторичным текстом, реферат составляется в соответствии со всеми требованиями, предъявляемыми к связанному высказыванию: так ему присущи

следующие категории: оптимальное соотношение и завершенность (смысловая и жанрово-композиционная). Для реферата отбирается информация, объективно-ценная для всех читающих, а не только для одного автора. Автор реферата не может пользоваться только ему понятными значками, пометами, сокращениями. Работа, проводимая автором для подготовки реферата должна обязательно включать самостоятельное мини-исследование, осуществляемое студентом на материале или художественных текстов по литературе, или архивных первоисточников по истории и т.п. Организация и описание исследования представляет собой очень сложный вид интеллектуальной деятельности, требующий культуры научного мышления, знания методики проведения исследования, навыков оформления научного труда и т.д. Мини-исследование раскрывается в реферате после глубокого, полного обзора научной литературы по проблеме исследования. В зависимости от количества реферируемых источников выделяют следующие виды рефератов:

-монографические – рефераты, написанные на основе одного источника;

-обзорные – рефераты, созданные на основе нескольких исходных текстов, объединенных общей темой и сходными проблемами исследования

## Подготовка реферата состоит из нескольких этапов:

1. Выбор темы из списка тем, предложенных преподавателем.
2. Сбор материала по печатным источникам (книгам и журналам компьютерной тематики), а также по материалам в сети Интернет.
3. Составление плана изложения собранного материала.
4. Оформление текста реферата в текстовом редакторе *MS Word* или в *OpenOffice.org Writer.*
5. Подготовка иллюстративного и демонстрационного материала в *MS Power Point* или в *OpenOffice.org Impress* (презентация для доклада).
6. Доклад реферата на занятии (реферат должен быть доложен на одном из занятий по графику, составленному преподавателем.).
7. Компоновка материалов реферата для сдачи преподавателю (распечатанный текст, диск с текстовым файлом и файлом презентации).

Требования к оформлению текста

1. Объем реферата - 5-10 стр. текста.
2. Шрифт
* основного текста - Times New Roman Cyr 14 размер.
* заголовков 1 уровня - Times New Roman Cyr 14 размер (жирный).
* заголовков 2 уровня - Times New Roman Cyr 12 размер (жирный курсив).
1. Параметры абзаца (основной текст) - отступ слева и справа - 0, первая строка отступ - 1,27 см; межстрочный интервал - одинарный, выравнивание по ширине.
2. Параметры страницы: верхнее и нижнее поля 2,5 см; поле слева - 3,5 см.; поле справа - 2 см. Нумерация страниц - правый нижний угол.
3. Переносы автоматические (сервис, язык, расстановка переносов).
4. Таблицы следует делать в режиме таблиц (добавить таблицу), а не рисовать от руки, не разрывать; если таблица большая, ее необходимо поместить на отдельной странице. Заголовочная часть не должна содержать пустот. Таблицы - заполняются шрифтом основного текста, заголовки строк и столбцов - выделяются жирным шрифтом. Каждая таблица должна иметь название. Нумерация таблиц - сквозная по всему тексту.
5. Рисунки - черно-белые или цветные, формат BMP, GIF, JPG. Нумерация рисунков - сквозная по всему тексту.
6. Формулы - должны быть записаны в редакторе формул. Размер основного шрифта - 12. Формулы должны иметь сквозную нумерацию во всем тексте. Номер формулы размещается в крайней правой позиции в круглых скобках.
7. В конце реферата должен быть дан список литературы (не менее 10 источников, в том числе это могут быть и адреса сети Интернет). Библиографическое описание (список литературы) регламентировано ГОСТом 7.1-2003 «Библиографическая запись.

После окончания работы по подготовке текста реферата необходимо расставить страницы (внизу справа), а затем в автоматическом режиме сформировать оглавление. Оглавление должно быть размещено сразу же после титульной страницы.

## Требования к оформлению презентации.

На титульной странице должно быть помещено название реферата - крупным шрифтом. А также группа и фамилия студента, подготовившего реферат, дата.

Вторая страница – интерактивное оглавление (в виде гипертекстовых ссылок). По гипертекстовой ссылке оглавления должен осуществляться переход к соответствующему разделу реферата.

В презентации должен быть помещен в основном иллюстративный материал для сопровождения доклада и основные положения доклада.

В конце презентации реферата должен быть приведен список использованных источников.

Объем презентации – не менее 20 слайдов, время на доклад с использованием презентации – 12-15

мин.