

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петровская Анна Викторовна

Должность: Директор

Дата подписания: 29.08.2025 13:50:09

Уникальный программный ключ:

798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6c9a110c8c51f99

Приложение 3

к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело»
направленность (профиль) программы
«Торговый менеджмент и маркетинг
(во внутренней и внешней торговле)»

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова**

Факультет экономики, менеджмента и торговли

**Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного
бизнеса**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.17 Управление поставками

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) программы

Торговый менеджмент и маркетинг (во внутренней и внешней торговле)

Уровень высшего образования Бакалавриат

Год начала подготовки 2025

Краснодар – 2024 г.

Составитель:

к.э.н., доцент, доцент кафедры товарной
экспертизы, технологии торговли и
ресторанного бизнеса

З.Х. Моламусов

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры товарной экспертизы,
технологии торговли и ресторанного бизнеса

протокол № 8 от «18» марта 2024 г.

СОДЕРЖАНИЕ

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	4
Цель и задачи освоения дисциплины.....	4
Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
Объем дисциплины и виды учебной работы.....	5
Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.....	6.
II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	15
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	15
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ.....	16
ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ.....	16
ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	16
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ.....	17
МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	17
IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	18
V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	18
VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	18
АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ	31

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель и задачи освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Управление поставками» является: усвоение студентами теоретических положений и практических рекомендаций, связанных с управлением поставками как видом управленческой деятельности.

Задачами учебной дисциплины «Управление поставками» являются:

- организация на стадии планирования закупок консультации с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках товаров, работ, услуг (ПК-1.1);
- организация и утверждение плана закупок и плана-графика (ПК-1.2);
- осуществление обработки, формирование, хранение данных (ПК-1.3);
- выбор способов определения поставщика (подрядчика, исполнителя) (ПК-2.1);

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление поставками», относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Торговое дело», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Логистика».

Изучение дисциплины «Управление поставками» необходимо для дальнейшего освоения таких дисциплин, как: «Управление торговой организацией», «Организация бизнеса в торговле», «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков»

Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Показатели объема дисциплины *	Всего часов по формам обучения		
	очная	очно-заочная	заочная
Объем дисциплины в зачетных единицах	4 ЗЕТ		
Объем дисциплины в акад. часах	144		
Промежуточная аттестация: форма	Зачёт	Зачёт	-
Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего:	36	28	-
1. Аудиторная работа (Ауд.), акад. часов всего, в том числе:	34	26	-
- лекции	12	10	-
- практические занятия	22	16	-
- лабораторные занятия	-	-	-
в том числе практическая подготовка	-	-	-
2. Индивидуальные консультации (ИК)	-	-	-
3. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	2	2	-
4. Консультация перед экзаменом (КЭ)	-	-	-
5. Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк)	-	-	-
Самостоятельная работа (СР), всего:	108	116	-
в том числе:			
• самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)	-	-	-
• самостоятельная работа в семестре (СРс)	108	116	-
в том числе, самостоятельная работа на курсовую работу	-		-
• изучение ЭОР (при наличии)	-	-	-
• изучение онлайн-курса или его части	-	-	-
• выполнение индивидуального или группового проекта	-	-	-

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)	Результаты обучения (знания, умения)
ПК-1. Готов составлять планы и обоснования закупок	ПК-1.1. Организует на стадии планирования закупок консультации с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках товаров, работ, услуг	<i>ПК-1.1. У-1. Умеет использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций</i>
	ПК-1.2. Организует утверждение плана закупок и плана-графика	<i>ПК-1.2. У-1. Умеет подготавливать план закупок, план-график, вносить в них изменения</i>
	ПК-1.3. Осуществляет обработку, формирование, хранение данных	<i>ПК-1.3. З-1. Знает основы информатики в части применения к закупкам ПК-1.3. У-1. Умеет обрабатывать и хранить данные</i>
ПК-2. Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	<i>ПК-2.1. У-1. Умеет выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)</i>

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций студентов очной формы обучения

Таблица 3

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость, академические часы						Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Учебные задания для аудиторных занятий	Текущий контроль	Задания для творческого рейтинга
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа/КЭ, Катгэк, Катг	Всего					
		Семестр 6										
1.	Тема 1 Сущность и содержание управление поставками Основные понятия управления закупками. Этапы развития процесса снабжения. Основные понятия организации процесса снабжения. Принятие решения в вопросах управления снабжением. Основные понятия и характеристика функции снабжения. Этапы осуществления закупок. Основные определения цепи поставок. Структура поставок. Цепи поставок как объект управления. Содержание управление поставками. Эффективность управления поставками	2	4	-	-	18/-	24	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1	ПК-1.1. У-1 ПК-1.2. У-1. ПК-1.3. 3-1, У-1. ПК-2.1. У-1.	О. Дис.	-	Р.

2.	Тема 2. Выбор поставщиков и координация деятельности поставщиков Факторы, влияющие на решение о выборе поставщика. Варианты принятия решений о покупке. Источники информации о поставщиках. Оценка поставщиков. Оценка потенциальных источников снабжения. Значение и сущность координации и интеграции в УЦП. Интеграция операций и логистической инфраструктуры в отдельных функциональных областях логистики. Понятие межфункциональной интеграции. Основные подходы и способы реализации межфункциональной логистической координации. Координация спроса и предложения в цепях поставок на основе управления товарными запасами. Конфликты целей контрагентов цепи поставок. Организация межфирменной координации и интеграции. Использование аутсорсинга для координации и кооперации логистической деятельности в цепи поставок	2	4	-	-	18/-	24	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1	ПК-1.1. У-1 ПК-1.2. У-1. ПК-1.3. З-1, У-1. ПК-2.1. У-1.	О. Дис.	-	Р.
----	---	---	---	---	---	------	----	--------------------------------------	--	------------	---	----

3.	Тема 3. Стратегия управления закупками и снабжением Основные понятия стратегического планирования. Цели снабжения и важные области бизнес – стратегии. Основные функциональные области стратегии закупок. Стратегические компоненты. Организация исследований закупок. Исследования закупленных материально-технических ресурсов (анализ ценности). Изучение материально-технических ресурсов. Исследование поставщика	2	4	-	-	18/-	24	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1	ПК-1.1. У-1 ПК-1.2. У-1. ПК-1.3. З-1, У-1. ПК-2.1. У-1.	О. Р.а.з	-	Р.
4.	Тема 4. Интеграция и оптимизация цепей поставок Интеграция взаимодействия контрагентов в цепях поставок. Основные факторы и препятствия в цепи поставок. Типы сотрудничества в цепях поставок. Задачи оптимизации цепей поставок. Факторы определяющие внутреннюю и внешнюю среду компаний цепи поставок. Ключевые элементы оптимизации цепей поставок. Направления оптимизации цепей поставок. Глобальная оптимизация цепи поставок	2	4	-	-	18/-	24	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1	ПК-1.1. У-1 ПК-1.2. У-1. ПК-1.3. З-1, У-1. ПК-2.1. У-1.	О. Р.а.з	Т.	Р.
5.	Тема 5. Экономическая эффективность управления цепями поставок Система сбалансированных показателей. Показатели эффективности функционирования цепей поставок: основные требования и классификация. Характеристика измерителей эффективности логистических решений	2	4	-	-	18/-	24	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1	ПК-1.1. У-1 ПК-1.2. У-1. ПК-1.3. З-1, У-1. ПК-2.1. У-1.	О. Д.и		Р.

6.	Тема 6. Выполнение заказов в цепях поставок «Вытягивающие» и «выталкивающие» концепции управления заказами. Системы «Just – in – time» и «Канбан». Проектирование, формирование и внедрение «вытягивающей» логистической системы на предприятии и в цепи поставок	2	2	-	-	18/-	22	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1	ПК-1.1. У-1 ПК-1.2. У-1. ПК-1.3. З-1, У-1. ПК-2.1. У-1.	О. Д.и	К/р	-
	Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)					-/2	2					
	Итого	12	22			110	144					

Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:

Опрос (О.), групповая дискуссия (Дис.), деловая игра (Д.и.)

Формы текущего контроля:

Тест (Т.), Контрольные работы (К/р),, расчетно-аналитическая задача (Р.а.з.)

Формы заданий для творческого рейтинга:

Реферат (Р), доклад (Д.).

этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций студентов очно-заочной формы обучения

Таблица 3

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость, академические часы						Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Учебные задания для аудиторных занятий	Текущий контроль	Задания для творческого рейтинга	
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа/КЭ, Катгэк, Катг	Всего						
		Семестр 4											
1.	Тема 1 Сущность и содержание управление поставками Основные понятия управления закупками. Этапы развития процесса снабжения. Основные понятия организации процесса снабжения. Принятие решения в вопросах управления снабжением. Основные понятия и характеристика функции снабжения. Этапы осуществления закупок. Основные определения цепи поставок. Структура поставок. Цепи поставок как объект управления. Содержание управление поставками. Эффективность управления поставками	2	2	-	-	20/-	24	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1	ПК-1.1. У-1 ПК-1.2. У-1. ПК-1.3. 3-1, У-1. ПК-2.1. У-1.	О. Дис.	-	Р.	

2.	Тема 2. Выбор поставщиков и координация деятельности поставщиков Факторы, влияющие на решение о выборе поставщика. Варианты принятия решений о покупке. Источники информации о поставщиках. Оценка поставщиков. Оценка потенциальных источников снабжения. Значение и сущность координации и интеграции в УЦП. Интеграция операций и логистической инфраструктуры в отдельных функциональных областях логистики. Понятие межфункциональной интеграции. Основные подходы и способы реализации межфункциональной логистической координации. Координация спроса и предложения в цепях поставок на основе управления товарными запасами. Конфликты целей контрагентов цепи поставок. Организация межфирменной координации и интеграции. Использование аутсорсинга для координации и кооперации логистической деятельности в цепи поставок	2	2	-	-	20/-	24	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1	ПК-1.1. У-1 ПК-1.2. У-1. ПК-1.3. 3-1, У-1. ПК-2.1. У-1.)	О. Дис.	-	Р.
----	---	---	---	---	---	------	----	--------------------------------------	---	------------	---	----

3.	Тема 3. Стратегия управления закупками и снабжением Основные понятия стратегического планирования. Цели снабжения и важные области бизнес – стратегии. Основные функциональные области стратегии закупок. Стратегические компоненты. Организация исследований закупок. Исследования закупленных материально-технических ресурсов (анализ ценности). Изучение материально-технических ресурсов. Исследование поставщика	2	2	-	-	20/-	24	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1	ПК-1.1. У-1 ПК-1.2. У-1. ПК-1.3. 3-1, У-1. ПК-2.1. У-1.	О. Р.а.з	-	Р.
4.	Тема 4. Интеграция и оптимизация цепей поставок Интеграция взаимодействия контрагентов в цепях поставок. Основные факторы и препятствия в цепи поставок. Типы сотрудничества в цепях поставок. Задачи оптимизации цепей поставок. Факторы определяющие внутреннюю и внешнюю среду компаний цепи поставок. Ключевые элементы оптимизации цепей поставок. Направления оптимизации цепей поставок. Глобальная оптимизация цепи поставок	2	4	-	-	20/-	26	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1	ПК-1.1. У-1 ПК-1.2. У-1. ПК-1.3. 3-1, У-1. ПК-2.1. У-1.	О. Р.а.з	Т.	Р.
5.	Тема 5. Экономическая эффективность управления цепями поставок Система сбалансированных показателей. Показатели эффективности функционирования цепей поставок: основные требования и классификация. Характеристика измерителей эффективности логистических решений	1	4	-	-	18/-	23	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1	ПК-1.1. У-1 ПК-1.2. У-1. ПК-1.3. 3-1, У-1. ПК-2.1. У-1.	О. Д.и		Р.

6.	Тема 6. Выполнение заказов в цепях поставок «Вытягивающие» и «выталкивающие» концепции управления заказами. Системы «Just – in – time» и «Канбан». Проектирование, формирование и внедрение «вытягивающей» логистической системы на предприятии и в цепи поставок	1	2	-	-	18/-	23	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1	ПК-1.1. У-1 ПК-1.2. У-1. ПК-1.3. 3-1, У-1. ПК-2.1. У-1.	О. Д.и	К/р	-
	Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)					-/2	2					
	Итого	10	16			118	144					

Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:

Опрос (О.), групповая дискуссия (Дис.), деловая игра (Д.и.)

Формы текущего контроля:

Тест (Т.), Контрольные работы (К/р), расчетно-аналитическая задача (Р.а.з.)

Формы заданий для творческого рейтинга:

Реферат (Р), доклад (Д.),

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Левкин Г.Г. Управление цепями поставок: интеграция и взаимодействие: Учебное пособие / Г.Г. Левкин, Н.Б. Куршакова. — Москва: Инфра-Инженерия, 2023. — 316 с. — Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=434796>
2. Васильев Д.И. Управление цепями поставок. Учебное пособие / Д.И. Васильев, Г.Г. Левкин, Т.В. Новикова, Директ-Медиа, 2023. — 147 с.: - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=444763>
3. Гаджинский А.М. Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики: Учебное пособие./ А.М. Гаджинский – М.: Дашков и К, 2023 – 322 с. - <https://znanium.ru/read?id=431815>

Дополнительная литература:

1. Бурлаков И.В. Управление цепями поставок: решение прикладных задач. Учебное пособие / И.В. Бурлаков, Д.А. Зубакина, Изд. Уральский университет, 2021.- 62 с. - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=423596>
2. Еремеева Л.Э. Транспортная логистика. Учебное пособие / Л.Э. Еремеева. Инфра-М, 2024.- 401 с. Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=436639>
3. Зимин А.С. Логистика: транспортный аспект реализации. Учебник / А.С. Зимин, Изд. Инфра-Инженерия, 2024. – 144 с. - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=451958>
4. Майерсон Пол. Управление цепочками поставок и логистикой – простыми словами: методы и практика планирования, построения, обслуживания, контроля и расширения системы перевозок и снабжения. Практическое пособие / Пол Майерсон. М.: Альпина ПРО, 2022.- 364 с. - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=418108>

Нормативные правовые документы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 23.07.2013)
2. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 02.11.2013)
3. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 30.12.2012) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2013)
4. Федеральный закон Российской Федерации от 4 мая 2011 г. N 99-ФЗ"О лицензировании отдельных видов деятельности"
5. Постановление Правительства РФ от 19.01.1998 N 55 (ред. от 04.10.2012) "Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации" (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2013)
6. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 02.07.2013) "О защите прав потребителей"

7. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 N 17 "О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей"

8. Постановление Пленума ВАС РФ от 22.10.1997 N 18 "О некоторых вопросах, связанных с применением Положений Гражданского кодекса Российской Федерации о договоре поставки"

9. Постановление Правительства Российской Федерации от 22 декабря 2011 г. N 1081 г. Москва "О лицензировании фармацевтической деятельности"

10. Постановление Правительства РФ от 8 августа 2009 г. № 654 "О совершенствовании государственного регулирования цен на жизненно необходимые и важнейшие лекарственные средства"

11. Распоряжение Правительства РФ от 7 декабря 2011 г. N 2199-р «Об утверждении перечня жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов»

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. Справочно - правовая система «Консультант Плюс»

2. Справочно - правовая система «Гарант»

ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ

1. Крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования elibrary.ru <http://elibrary.ru>

2. Scopus – крупнейшая единая база данных, содержащая аннотации и информацию о цитируемости рецензируемой научной литературы, со встроенными инструментами отслеживания, анализа и визуализации данных

3. Статистическая база данных по российской экономике <http://www.gks.ru>

4. База данных PATENTSCOPE <https://patentscope.wipo.int/search/ru/search.jsf>

ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ (статистические данные) <http://www.gks.ru/>

3. Официальный сайт Министерства финансов РФ <https://www.minfin.ru/ru/?fullversion=1>

4. Всемирный банк открытых данных <https://datacatalog.worldbank.org/>

5. Научно-образовательный портал «Экономика и управление на предприятии». БИБЛИОТЕКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ <http://www.eup.ru>

6. Энциклопедия маркетинга <http://www.marketing.spb.ru/read.htm>

7. Сайт «Компьютерная поддержка учебно-методической деятельности филиала» <http://vrgteu.ru>

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

1. Операционная система Microsoft Windows 8.1; Microsoft Windows 10

2. Пакет офисных программ Microsoft Office Professional Plus 2010 Rus в составе:

- Microsoft Word
- Microsoft Excel
- Microsoft Power Point
- Microsoft Access

3. Антивирусная программа «Kaspersky Endpoint Security» для бизнеса
4. Файловый архиватор «7Zip»
5. Приложение для просмотра PDF файлов «Acrobat Adobe Reader»
6. Системы электронного обучения и тестирования: Indigo, Moodle

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Управление поставками» обеспечена:

для проведения занятий лекционного типа:

- учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью, мультимедийными средствами обучения для демонстрации лекций-презентаций;

для проведения занятий семинарского типа (практические занятия):

- учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации, презентационным оборудованием

для самостоятельной работы:

- помещением для самостоятельной работы, оснащенным компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

- Методические рекомендации по организации и выполнению внеаудиторной самостоятельной работы.
- Методические указания по подготовке и оформлению рефератов.

V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы обучающегося. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы обучающегося осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в процессе освоения дисциплины «Управление поставками» в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Таблица 4

Виды работ	Максимальное количество баллов
Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях	20
Текущий контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (экзамен/зачет)	40
ИТОГО	100

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний обучающихся «преподаватель кафедры, непосредственно ведущий занятия со студенческой группой, обязан проинформировать группу о распределении рейтинговых баллов по всем видам работ на первом занятии учебного модуля (семестра), количестве модулей по учебной дисциплине, сроках и формах контроля их освоения, форме промежуточной аттестации, снижении баллов за несвоевременное выполнение выданных заданий. Обучающиеся в течение учебного модуля (семестра) получают информацию о текущем количестве набранных по дисциплине баллов через личный кабинет студента».

VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные материалы по дисциплине разработаны в соответствии с Положением о фонде оценочных средств в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Курсовая работа по дисциплине «Управление поставками» не предусмотрена учебным планом.

Перечень вопросов к зачету:

Номер	Перечень вопросов к зачету
-------	----------------------------

вопроса	
1	Основные понятия управления закупками
2	Этапы развития процесса снабжения.
3	Основные понятия организации процесса снабжения
4	Принятие решения в вопросах управления снабжением
5	Основные понятия и характеристика функции снабжения
6	Этапы осуществления закупок
7	Факторы, влияющие на решение о выборе поставщика
8	Варианты принятия решений о покупке.
9	Источники информации о поставщиках
10	Оценка поставщиков.
11	Оценка потенциальных источников снабжения
12	Организация исследований закупок.
13	Исследования закупленных материально-технических ресурсов (анализ ценности).
14	Изучение материально-технических ресурсов
15	Исследование поставщика.
16	Основные понятия стратегического планирования.
17	Цели снабжения и важные области бизнес-стратегии
18	Основные функциональные области стратегии закупок
19	Стратегические компоненты.
20	Интеграция бизнес – процессов поставок.
21	Объектная декомпозиция поставок.
22	Процессная декомпозиция цепи поставок
23	Задачи оптимизации цепей поставок.
24	Факторы, определяющие внутреннюю и внешнюю среду компаний цепи поставок.
25	Ключевые элементы оптимизации цепей поставок.
26	Направления оптимизации цепей поставок.
27	Глобальная оптимизация цепи поставок
28	Интеграция взаимодействия контрагентов в цепях поставок.
29	Основные факторы и препятствия в цепи поставок.
30	Типы сотрудничества в цепях поставок
31	Система сбалансированных показателей.
32	Показатели эффективности функционирования цепей поставок: основные требования и классификация.
33	Характеристика измерителей эффективности логистических решений.
34	«Вытягивающие» и «выталкивающие» концепции управления заказами.
35	Системы «Just – in – time» и «Канбан».
36	Проектирование, формирование и внедрение «вытягивающей» логистической системы на предприятии и в цепи поставок
37	Сетевая структура цепей поставок
38	Границы и структурные размерности сети
39	Участники цепей поставок
40	Типы связей между участниками цепей поставок
41	<i>Управление организационными изменениями в цепях поставок</i>
42	<i>Принципы построения и структура SCOR модели цепи поставок</i>

43	<i>Интеграция в SCOR модели концепций реинжиниринга бизнес-процессов, бенчмаркинга и использования лучшей практики</i>
44	Применение SCOR модели для измерения эффективности цепей поставок
45	<i>DCOR-моделирование как развитие стандарта SCOR модели</i>
46	Общая характеристика SCOR модели
47	Показатели эффективности функционирования цепей поставок
48	Анализ основных процессов SCOR модели
49	Этапы проекта реинжиниринга процессов в цепи поставок на основе стандарта SCOR модели
50	Общие аспекты стратегического планирования цепей поставок
51	Оптимизация конфигурации сетевой структуры цепей поставок
52	Количественные методы и модели оптимальной дислокации производственных и логистических мощностей в цепях поставок
53	Общие проблемы контролинга ключевых бизнес-процессов в цепях поставок
54	Сбалансированная система показателей оценки эффективности управления цепями поставок, и идентификация узких мест цепи поставок
55	Использование SCOR модели для цепей контролинга и аудита цепей поставок
56	Проблема межорганизационной координации и кооперации контрагентов цепей поставок.
57	Роль и функции 4PL-провайдеров в координации бизнес-процессов в цепях поставок
58	Макропроцессы в цепях поставок
59	Концепция ECR как основа интеграции производителей, дистрибьютеров и сетевой розницы
60	Технология CPFR – совместное планирование, прогнозирование и пополнение запасов в цепях поставок

Типовые примеры заданий к зачету

1. Торговая компания считается крупным посредником на рынке оптовой торговли. С целью завоевания новых рынков сбыта руководство решило открыть филиал в соседнем регионе. Необходимо определить целесообразность строительства собственного склада, если прогнозируемый годовой грузооборот будущего склада составит 10000 т, длительность нахождения товарных запасов на складе – 29 дней. На строительство склада предполагается выделить 1500 тыс. руб., постоянные затраты, связанные с функционированием склада, составляют 750 тыс. руб., стоимость обработки 1 т грузопотока – 0,7 руб. в сутки.

Анализ рынка складских услуг данного региона показал, что средняя стоимость использования 1 кв. м грузовой площади наемного склада составляет 3,9 руб. в сутки. Количество рабочих дней склада – 254, год не високосный. Нормативный срок окупаемости капитальных вложений составляет 6-7 лет.

2. Компания «А», занимающаяся реализацией продуктов питания, решила приобрести склад для расширения рынка сбыта на юго-востоке Москвы. Она предполагает, что годовой грузооборот склада должен составить 16 тыс. т при среднем сроке хранения груза 25 дней. Определить необходимую емкость склада.

Тематика деловой

Деловая игра

«Построение каналов распределения готовой продукции в соответствии с выбранной стратегией сбыта».

Цель игры: научиться в заданных условиях (на примере хозяйственной ситуации производственного предприятия по производству керамической плитки) анализировать макро- и микросреду, выбирать перспективную стратегию развития подсистемы распределения готовой продукции и строить в соответствии с выбранной стратегией оптимальные каналы распределения и партнерские отношения.

Порядок деловой игры. Все студенты разбиваются на группы по 3—4 человека. Одна группа будет представлять экспертную комиссию, а остальные — рабочие группы.

Предполагается, что экспертная комиссия — это представители высшего звена (директор по производству, директор по маркетингу, директор по логистике, коммерческий директор и др.). Рабочая группа — это представители среднего звена (маркетологи, логисты, сбытовики), которым необходимо решать текущие проблемы организации в отношении сбыта готовой продукции.

Таким образом, каждая рабочая группа должна самостоятельно изучить ситуацию и в соответствии с собственными видениями предложить стратегию развития сбыта производственного предприятия. В результате у каждой рабочей группы формулируется свой вариант развития событий и своя схема распределительных каналов, которые ей предстоит представить на суд экспертной комиссии. Защиту проектов целесообразнее проводить публично.

Экспертная комиссия в свою очередь должна оценить каждый из проектов, во-первых, с точки зрения логистических подходов к ведению хозяйственной деятельности, а во-вторых, с точки зрения экономических результатов: прибыли и рентабельности.

По итогам работы экспертная комиссия выносит решение о победившем проекте.

Подробнее задания для рабочих групп и экспертной комиссии представлены ниже.

Примечание. Для получения адекватного результата предлагается ввести в игру координатора экспертной комиссии, которым должен выступать преподаватель.

Условия деловой игры

1. Характеристика предприятия

ЗАО «ЧАР» зарегистрировано Московской регистрационной палатой 24 сентября 1992 года.

Фабрика расположена на небольшом расстоянии к югу от «садового кольца». Подъездные дороги являются достаточно удобными для транспортировки оборудования, сырья и продукции. ЗАО «ЧАР» арендует землю, на которой расположена фабрика. Срок действия договора аренды — до 2019 г.

ЗАО «ЧАР» производит керамическую продукцию. Основным производством является изготовление облицовочной керамической плитки, что составляет более 85%. Кроме того, на фабрике производятся декоративные керамические изделия, такие как вазы, кашпо и т. п. Общий годовой объем производства составляет около 4 млн у.е.

2. Обзор рынков сбыта

В настоящее время на внутреннем рынке строительных материалов не существует дефицита облицовочной плитки. Предлагается в широком ассортименте плитка как российских (30% рынка), так и зарубежных производителей (Итальянская, Испанская и Чешская — 70% рынка) различных типоразмеров и видов декорирования. Импортная плитка представлена в комплекте с отделочными фрагментами (филенки, вставки, бордюры, декоративные элементы).

Продукция отечественных заводов отличается по качеству в худшую сторону. Однако цены на импортную плитку (15 — 40 у.е. за 1 кв. м) значительно превышают цены на отечественную плитку (6 — 10 у.е. за 1 кв. м).

Формы продажи готовой продукции различны, в частности:

1) продажи дилерам. Эта форма позволяет уменьшить цены на плитку, выставляемые производителями. Дилеры самостоятельно обеспечивают рекламу и сбыт продукции. Производителю нет необходимости вступать в конкуренцию при продажах в данном регионе. Для дилера такая форма дает преимущество низкой цены и отсутствие конкуренции в границах данного рынка. Для производителя это преимущество — в заранее планируемой и

гарантированной отгрузки продукции, по действующему с дилером договору;

2) периодические разовые, возможно неоднократные крупные оптовые отгрузки. Заказчики — крупные строительные организации, снабжающие строительные комплексы отдельных регионов. Преимуществом для заказчика в этом случае опять остаются относительно низкие оптовые цены от производителя. Для фирмы-производителя преимуществом является возможность частичной или полной предоплаты и одновременно крупные объемы отгрузки;

3) сбыт продукции в сферу торговли на различных условиях. Это могут быть крупные склады-магазины, которые, в свою очередь, продают в сеть различных строительных и хозяйственных магазинов. Такая форма предполагает длительные и достаточно стабильные отношения с этими заказчиками. Однако подобная форма требует предварительного анализа способностей партнеров и последующего контроля за выполнением ими своих обязательств по расчетам. Преимуществом такой формы для заказчика является возможность кредитного расчета и доставки продукции транспортом фирмы; Для производителя имеется преимущество достаточно стабильного планируемого сбыта;

4) сбыт через собственную торговую сеть производителя. Конечно, такая форма требует значительных затрат и усилий со стороны производителя, но и дает возможность анализа спроса для улучшения планирования производства (стиль, размеры и т. п.) продукции. Подобная форма обычно предоставляет производителю установить наиболее приемлемую цену.

Рыночный спрос имеет сезонный характер, т. е. на период ноябрь — март спрос заметно снижается по причине сокращения строительных мероприятий. Форма дилерских отношений также может быть цикличной, однако она может быть выровнена за счет торговых предложений, стимулирования сбыта и т. п., проводимых дилерами.

3. Структура отдела сбыта

На сегодняшний день отдел сбыта представляет собой иерархическую организационную структуру из 9 человек: начальник отдела сбыта, 3 менеджера по продажам и 4 помощника менеджеров.

4. Организация продажи продукции и ценообразование Располагаясь в Москве, ЗАО «ЧАР» имеет преимущество по продажам своей продукции. В настоящее время предприятие продает более 70% своей продукции в Московском регионе. Основными покупателями являются торговые и строительные организации. Организация продаж осуществляется собственными силами.

ЗАО «ЧАР» продает свою продукцию по цене в диапазоне от 6,0 у.е. До 7,2 у.е.

5. Анализ конкурентов

Сегодня среди производителей стран СНГ наибольшая конкуренция идет со стороны фабрики «Керин» в г. Минск (Белоруссия). Керин производит плитку в широком ассортименте типоразмеров, с разнообразной цветовой гаммой, с хорошим качеством и по цене, не превышающей 6,5 у.е. за квадратный метр плитки.

Совместное предприятие «Везо» (г. Орел) также является сильным конкурентом и продает через дилерскую сеть компании «Керамика», которая обеспечивает сбыт всего объема продукции, но цена на эту плитку выше цен других отечественных производителей (7,3—9 у.е.).

Другие предприятия, такие как Кучинский керамический комбинат, Волгоградский керамический завод, Смоленский завод керамических изделий, Екатеринбургский и Шахтинский заводы керамических изделий, в настоящее время производят продукцию по цене около 6—7 у.е., но их продукция имеет не лучшее качество и дизайн.

Импортная продукция имеет хорошее качество и дизайн, но продается по значительно более высоким ценам.

Цена на рынке является важным фактором конкурентоспособности. В этом плане продукция ЗАО «ЧАР» имеет преимущество при имеющейся цене 6,0—7,2 у.е. Можно сравнить ее со средней стоимостью керамической облицовочной плитки, используемой сейчас

строительными организациями России — 10,5 у.е.

6. Организация сервиса

ЗАО «ЧАР» имеет возможность организовывать доставку продукции покупателю железнодорожным транспортом (вагон, контейнер) и автомобильным транспортом (привлекая транспортных посредников).

Затраты на транспортировку одного квадратного метра плитки железнодорожным транспортом на расстояние 1000 км составляют 0,2 у.е., автомобильным транспортом — 1,1 у.е.

Все транспортные расходы несет покупатель продукции.

При транспортировке продукции железнодорожным транспортом применяется обязательное страхование от полной или частичной утраты груза. Затраты примерно составляют 0,4% от стоимости груза. При транспортировке автотранспортом стоимость страховки от полной или частичной утраты груза включена в тариф на перевозку. Затраты по страховке несет покупатель.

Задание для рабочих групп:

1. Изучите ситуацию и определите, какую стратегию распределения, на ваш взгляд, необходимо выбрать. Аргументируйте свой выбор исходя из представленных выше фактов.

Варианты стратегий

Стратегия 1: быстро внедриться на рынок в новом качестве с целью обеспечения своевременного сбыта запланированного объема производства готовой продукции (максимальная загрузка мощностей).

Стратегия 2: постепенно завоевывать рынок посредством сближения с потребителем и оперативного реагирования на его запросы в отношении ассортимента и качества.

Стратегия 3: расширить рынок сбыта (как в экономическом, так и в географическом отношении), позиционируя на рынке свою продукцию как конкурентоспособную по цене и качеству.

Стратегия 4: полная ориентация сбыта на Московский регион с целью возможности реализации продукции по более высоким ценам.

2. В соответствии с выбранной стратегией схематично обозначьте наиболее привлекательные варианты распределения готовой продукции (каналы сбыта). Используя предложенные ниже возможные варианты партнерства, выберите наиболее подходящий для вас канал распределения. Поясните свою позицию и дайте конечную оценку предложенных вами мероприятий. При этом объясните оптимальность своего решения в данной ситуации.

Варианты партнерства в системе распределения готовой продукции

1. Продажи через мелкооптовую сеть «Строитель»

Сведения о компании. «Строитель» — это сеть из 4 магазинов мелкооптовой торговли, находящихся в Москве и Московской области (по два соответственно). «Строитель» существует на рынке 5 лет. За это время успел зарекомендовать себя среди потребителей как продавец с высоким уровнем обслуживания. «Строитель» предлагает целый комплекс дополнительных услуг в процессе продажи своих товаров, например таких как: организация доставки товаров в любое удобное для потребителя время с 7 до 24 ч, консультации по грамотному применению купленных товаров, дизайнерские услуги и т. п. Однако уровень цен на товары в данной сети немного выше среднерыночного уровня.

Фирма «Строитель» предлагает ЗАО «ЧАР» следующие условия дилерского договора. «Строитель» ежемесячно (с разбивкой в два этапа) будет покупать 20% месячного объема производства по 100%-ной предоплате и 20% брать под реализацию по цене 6,0 у.е. Риски, связанные с непродажей продукции, взятой под реализацию, ложатся на «Строитель». В конце месяца все долги по оплате ортгуженной продукции «Строитель» должен закрыть. Колебания объемов закупок могут составлять 7%.

Транспортировка товара будет осуществляться силами «Строителя». Договор предлагается

заключить сроком на 3 года.

Два раза в год ЗАО «ЧАР» предлагается проводить рекламные акции в магазинах «Строителя» (покупка продукции должна сопровождаться поощрительными подарками, например коробкой клея для облицовочной плитки). Все расходы по организации акций ложатся на ЗАО «ЧАР».

2. Продажи через компанию «Керамика»

Компания «Керамика» предлагает ЗАО «ЧАР» заключить контракт на эксклюзивную дистрибьюторскую деятельность в Центральном регионе России. Согласно этому контракту «Керамика» будет покупать у ЗАО «ЧАР» 60% его продукции по фиксированной цене 6,0 у.е. за квадратный метр и продавать продукцию в Центральном регионе России, за исключением Москвы и Московской области, дабы не создавать конкуренции самому производителю. Поставки должны осуществляться 3 раза в месяц (с равномерной разбивкой месячного объема производства).

Контрактом должно быть предусмотрено, что в случае увеличения себестоимости продукции цена может увеличиться на 5% по сравнению с предыдущей ценой не чаще, чем один раз в два месяца.

При этом «Керамика» желает получать сезонные скидки (в периоды апрель — май и август — сентябрь) в размере 0,1 у.е. за кв. м плитки для проведения рекламной кампании.

Претензии по качеству товара «Керамика» будет переадресовывать ЗАО «ЧАР», во всех остальных случаях с момента отгрузки товара вся ответственность за сохранность груза будет ложиться на компанию «Керамика».

Контракт предлагается заключить сроком на 5 лет, и по окончании этого периода, если не будет заявления о его расторжении, контракт автоматически будет продлеваться еще на 5 лет.

Сведения о компании. «Керамика» зарекомендовала себя как надежный дистрибьютор на рынке строительных материалов. «Керамика» уже несколько лет продает продукцию совместного предприятия «Безо», которое отмечает особую обязательность «Керамики» в отношении исполнения договоров.

3. Продажи через компанию «Стройсоюз»

Сведения о компании. Компания «Стройсоюз» представлена на рынке 2 года. «Стройсоюз» — это совместное предприятие, которое занимается закупкой строительных материалов для крупных строительных фирм, работающих в основном на территории Западной Сибири. Однако есть заказчики и среди московских фирм. Среди своих партнеров (как снабженцев, так и сбытовиков) фирма зарекомендовала себя удовлетворительно. Такая не столь высокая оценка деятельности «Стройсоюза» связана с частыми нарушениями договорных отношений, в первую очередь в отношении сроков исполнения обязательств. Причины таких отклонений, как правило, были субъективными. Однако часто партнеры «Стройсоюза» закрывают на это глаза, поскольку «Стройсоюз» работает с большими объемами, хорошими ценами и на условиях 100%-ной предоплаты.

«Стройсоюз» предлагает ЗАО «ЧАР» следующие условия партнерства. Ежемесячно «Стройсоюз» выкупает у предприятия по 100%-ной предоплате 80% месячного объема производства по цене 5,9 у.е. Поставки должны осуществляться 2 раза в месяц. При этом ЗАО «ЧАР» за свой счет организует транспортно-экспедиционное обслуживание груза и берет на себя все риски, связанные с возвратом некачественной продукции и возвратом поврежденной продукции в процессе погрузки-разгрузки и транспортировки (в соответствии с условиями договора между ЗАО «ЧАР» и организатором перевозок).

«Стройсоюз» 1 раз в год за свой счет обязуется выставлять продукцию ЗАО «ЧАР» на специализированной выставке.

Контракт предлагается заключить на 1 год, а в случае удовлетворительной работы сторон пролонгировать срок действия договора еще на 3 года.

4. Продажи через компанию «Объект»

Компания «Объект» предлагает ЗАО «ЧАР» заключить дистрибьюторское соглашение на эксклюзивную продажу продукции в Москве и Московской области. Соглашением должно быть предусмотрено следующее. «Объект» обязуется выкупать 40% объема продукции ЗАО «ЧАР» по цене 5,8 у.е. Поставки необходимо осуществлять 1 раз в месяц.

Доставка товара осуществляется силами «Объекта».

1 раз в год «Объект» собственными силами гарантирует организацию рекламных акций.

На ЗАО «ЧАР» ложатся риски по возврату некачественной продукции и риски, связанные с неверной комплектацией ассортимента.

Дистрибьюторское соглашение предлагается оформить сроком на 2 года.

Сведения о компании. Отношения партнеров к «Объекту» как к торговому посреднику неоднозначны. Примерно половина партнеров довольна работой «Объекта», вторая половина имеет претензии по выполнению договорных обязательств, и в первую очередь в отношении срывов сроков сделок. Также есть неудовлетворительные отзывы в отношении организации рекламных акций.

5. Продажи через мелких посредников

На рынке существует много мелких фирм, которые для ЗАО «ЧАР» могут выступить как торговые посредники. Имидж таких фирм оставляет желать лучшего. Однако их территориальная разобщенность позволяет предприятию быстро объявить себя и позиционировать свою продукцию не только в Москве и Московской области, но и на многих других рынках местного и регионального значения. При этом у ЗАО «ЧАР» есть возможность рассредоточить поставки во времени, тем самым обеспечив себе возможность равномерной загрузки производственных мощностей и сократив затраты на хранение.

Такие фирмы предлагают следующие условия дилерского договора. Ежемесячно закупать 10% объема ЗАО «ЧАР» по цене 6,3 у.е. Оплата: 50% — предоплата и 50% — по факту отгрузки. Объемы закупок могут колебаться в пределах 3%.

Доставку должен организовывать производитель за свой счет.

Все риски, связанные с возвратом некачественной продукции и возвратом поврежденной продукции в процессе погрузки-разгрузки и транспортировки, берет на себя ЗАО «ЧАР» или транспортный посредник (в соответствии с условиями договора между продуцентом и организатором перевозок).

Дилерские договоры в таких условиях, как правило, заключаются сроком на 1 год, с последующей пролонгацией в случае удовлетворительности сторон.

Сведения о компании. Проверить на обязательность (поскольку они часто работают с множеством оптовиков) и на качество работы с клиентами (как правило, они работают с конечными потребителями готовой продукции, причем это либо отдельно взятый потребитель, либо небольшие фирмы, занимающиеся ремонтом квартир и офисов) мелкие торговые фирмы сложнее. Согласно среднестатистическим наблюдениям партнеры и клиенты оценивают работу таких фирм по пятибалльной шкале на «3» и «4».

3. Дайте экономическую оценку вашего проекта по следующим показателям, представленным в табл. 1.

Таблица 1

Показатель	Значение
Объем выпуска тыс. м ²	750
Объем готовых продаж тыс. м ²	
Оптовая цена 1 м ² , у.е.	
Полная себестоимость 1 м ² , у.е.	4,09
Прибыль на 1 м ² , у.е.	
Рентабельность продукции, %	

Рентабельность продаж, %	
--------------------------	--

Примечание: рентабельность продукции рассчитывается как отношение прибыли к себестоимости, а рентабельность продаж — прибыли к цене.

Задание для экспертной группы

1. Проанализируйте ситуацию и выявите наиболее важные моменты в процессе принятия решений по проектным мероприятиям в отношении построения каналов распределения готовой продукции предприятия.

2. Определите критерий оценки проектов. Это могут быть наиболее высокие показатели рентабельности, или рациональность построения логистических операций сбыта (в отношении транспортировки, хранения и т. п.), или надежность логистических посредников, участвующих в процессе распределения, и т. п.

Наиболее полной будет оценка проектов, используемая в деловой игре № 1. Для этого необходимо составить список критериев оценки, проранжировать их и присвоить каждому критерию весовую характеристику. Далее необходимо обозначить шкалу балльной оценки выбранных критериев (например, 10-балльная) и заполнить табл. 2.

Таблица 2

Расчетная таблица

Ранг параметра	Наименование параметра	Вес параметра	Оценка проекта									
			Проект 1		Проект 2		Проект 3		...		Проект n	
			Балл	Балл с учетом веса	Балл	Балл с учетом веса	Балл	Балл с учетом веса	Балл	Балл с учетом веса	Балл	Балл с учетом веса
1.												
2.												
3.												
...												
n												
Результат (сумма)		1	-		-		-		-		-	

Балл с учетом веса определяется как произведение выставленного балла на присвоенный данному критерию вес.

Тот проект, который наберет наивысшую сумму, побеждает в данной игре.

Задания для решения расчетно-аналитического задания

1. Рассчитать параметры системы управления с фиксированным размером заказа, если известно, что годовая потребность в заказываемом продукте составляет 200 000 кг, а оптимальный размер заказа – 40 000 кг. Время поставки, указанное в договоре поставки, составляет 15 дней, возможная задержка поставки – 3 дня, число рабочих дней в году – 250 дней.

2. По данным учета затрат известно, что стоимость подачи одного заказа составляет 200 руб., годовая потребность в комплектующем изделии — 1550 шт., цена единицы комплектующего изделия — 560 руб., стоимость содержания комплектующего изделия на складе равна 20% его цены. Определить оптимальный размер заказа на комплектующее изделие.

3. При обработке материального потока на складе готовой продукции промышленного предприятия используются стационарные погрузочно-разгрузочные машины, работающие от

центральной электросети, от нее же происходит освещение складских помещений. Данные о работе склада за год представлены в таблице 1. Из общей суммы затрат на электроэнергию необходимо выделить постоянные и переменные затраты, используя различные методы дифференциации затрат.

Таблица 1.

Месяц	Величина материального потока, тыс. т	Расход на электроэнергию тыс. руб.	Месяц	Величина материального потока, тыс. т	Расход на электроэнергию тыс. руб.
Январь	16,5	5022,2	Июль	14,9	4945,0
Февраль	13,2	4867,8	Август	11,6	4790,5
Март	16,5	5022,2	Сентябрь	12,4	4829,2
Апрель	21,5	5253,9	Октябрь	13,2	4867,8
Май	18,2	5099,4	Ноябрь	16,5	5022,2
Июнь	19,8	5176,6	Декабрь	19,8	5176,6
Итого в среднем за месяц				16,18	5006,1

Тематика рефератов, докладов

1. Организация закупок материальных ресурсов на предприятии
2. Использование аутсорсинга для координации и кооперации логистической деятельности в цепи поставок.
3. Мониторинг показателей работы поставщиков.
4. Типы заказов на закупку.
5. Конфликты целей контрагентов цепи поставок
6. Формирование коммерческих связей и путей товародвижения на базе логистики.
7. Экономические методы управления логистическими системами на предприятиях.
8. Выталкивающая и вытягивающая системы управления
9. Перспективы развития логистики в России.
10. Микрологистическая система KANBAN/.
11. Микрологистическая система MRP I. MRP II.
12. Микрологистическая система DRP I? DRP II.
13. Микрологистическая система LP.
14. Мониторинг показателей работы поставщиков.
15. Типы заказов на закупку
16. Организация закупок материальных ресурсов на производственном предприятии с позиции логистики.
17. Организация и управление материальными потоками.
18. Методика оценки эффективности функционирования системы производственной логистики.
19. Экспертные системы в логистике.
20. Определение и основные принципы системного подхода.

Перечень тем для проведения групповой дискуссии

1. Развития логистики в России на современном этапе
2. Спрос потребителей и методы его прогнозирования
3. Современное состояние и перспективы развития логистики в России

4. Характеристика современных информационных технологий используемых в логистике.
5. Формирование коммерческих связей и путей товародвижения на базе логистики.
6. Объемно-календарный метод планирования (стандарт концепций MRPII и ERP) его плюсы и минусы.
7. Системы «Just – in – time» и «Канбан».

Типовые тестовые задания

1. Микрологистической системой является:

- А) совокупность станций железной дороги, соединяющей два города;
- Б) связанные договорами поставщик, покупатель, транспортные организации;
- В) взаимосвязанные участники цепи, обеспечивающие продвижение на российский рынок импортного товара;
- Г) крупный морской порт.

2. Макрологистической системой является:

- А) крупная железнодорожная станция;
- Б) связанные договорами поставщик, покупатель, транспортные организации;
- В) взаимосвязанные участники цепи, обеспечивающие продвижение на российский рынок импортного товара;
- Г) крупный морской порт.

3. Создателем первых научных трудов по логистике принято считать...

- А) Платона;
- Б) Аристотеля;
- В) Павеллека;
- Г) Жомини;
- Д) Лейбница.

4. В планирование и координацию управления материальным потоком входит:

- А) составление и увязка планов и графиков движения и использование материального потока во всех звеньях производственно-сбытовой системы;
- Б) выработка мероприятий для повышения эффективности управления материальным потоком в организации;
- В) увязка действий звеньев, отвечающих за движение и использование материальных ресурсов;
- Г) разработка целей и формирование критериев оценки их достижения;
- Д) регулирование движения материального потока в ходе снабжения производства и сбыта.

5. Материальный поток на пути от производителя к потребителю, проходящий, по крайней мере, через одного посредника, называется потоком...

- А) с прямыми связями;
- Б) с гибкими связями;
- В) эшелонированным;
- Г) интегральным.

6. Запасы в логистической системе служат...

- А) в качестве буфера между транспортом, производством и реализацией;
- Б) для компенсации задержек, связанных с движением материалов;
- В) для экономии на транспортных издержках;
- Г) для изготовления продукции.

7. Выбор поставщика зависит от...

- А) цены и качества продукции;
- Б) географического положения;
- В) длительности отношений с поставщиками.

8.Процесс обеспечения предприятия материальными ресурсами, размещение ресурсов на складе предприятия и выдача их в производство – это Управление поставками...

- А) производственная;
- Б) закупочная;
- В) информационная;
- Г) сбытовая;
- Д) финансовая.

9.Оптимальный заказ определяется с учетом...

- А) накладных расходов (транспортно-заготовительных);
- Б) потребности в материалах (объема материальных потоков);
- В) затрат на хранение единицы продукции;
- Г) качества материала.

10.К закупочной логистике НЕ относится...

- А) закупка оборудования;
- Б) выбор поставщика;
- В) реклама товаров;
- Г) контроль качества сырья и материалов;
- Д) погрузочно-разгрузочные работы;
- Е) расчет денежных средств для закупки товаров и материалов.

11.Гибкость поставки означает...

- А) возможность изменения маршрута;
- Б) способность учитывать пожелания клиентов;
- В) возможность изменения вида тары;
- Г) отношение к жалобам при некомплектных поставках;
- Д) возможность изменения средств транспортировки.

12.К функциям закупочной логистики относится...

- А) планирование процесса реализации;
- Б) выбор поставщиков;
- В) выбор типа транспортного средства;
- Д) сегментация потребительского рынка.

13.При выборе поставщика учитывается...

- А) качество товара;
- Б) цена товара;
- В) упаковка товара;
- Г) наличие документации о тестировании входящего сырья и материалов;
- Д) наличие документации об обучении и повышении квалификации персонала.

14.Задачи, связанные с реализацией функции снабжения:

- А) что закупить;
- Б) сколько закупить;
- В) у кого закупить;
- Г) как упаковать;
- Д) как организовать рекламу.

15.Функции закупочной логистики:

- А) выбор поставщика;
- Б) определение потребностей в материальных ресурсах;

- В) контроль за сроками поставок;
- Г) контроль за качеством складирования;
- Д) контроль за отпуском товаров.

Задание для контрольной работы

Задача 1

Рассчитать параметры системы управления с фиксированным размером заказа, если известно, что годовая потребность в заказываемом продукте составляет 200 000 кг, а оптимальный размер заказа – 40 000 кг. Время поставки, указанное в договоре поставки, составляет 15 дней, возможная задержка поставки – 3 дня, число рабочих дней в году – 250 дней.

Задача 2

По данным учета затрат известно, что стоимость подачи одного заказа составляет 200 руб., годовая потребность в комплектующем изделии — 1550 шт., цена единицы комплектующего изделия — 560 руб., стоимость содержания комплектующего изделия на складе равна 20% его цены. Определить оптимальный размер заказа на комплектующее изделие

Задача 3

Фирма-дистрибьютор получает товары от большого количества поставщиков и рассылает их покупателям по почте. Циклическое изменение потребности в складских площадях постоянно и составляет в течение года: I квартал – 60 000 кв.м,

II квартал – 100 000 кв.м,

III квартал – 120 000 кв.м,

IV квартал – 100 000 кв.м.

При строительстве собственного склада постоянные издержки составляют 600 000 долл., а переменные – 10 долл./кв. м. Издержки на эксплуатацию составляют 0,1 долл./кв. м в год. При аренде общественного склада плата составляет 0,95 долл./кв. м. Определить, нужно ли строить собственный склад при сроке эксплуатации 20 лет? Если да, то какой площади – 60 000 кв.м, 100 000 кв.м или 120 000 кв.м (с дополнительной арендой общественных складов или с недогрузкой собственного склада)? Расчет оформить в виде таблицы.

Задача 4

Фирма-производитель *A*, выпускающая лакокрасочные материалы, расположена на расстоянии 200 км от фирмы *B*, реализующей продукцию аналогичного качества. Обе фирмы определяют свои производственные затраты на уровне 5 долл. на товарную единицу, а расходы на транспортировку груза 0,2 долл./км. Чтобы расширить границы рынка, фирма *A* решила использовать склад *S*, находящийся на расстоянии 80 км от ее производственного предприятия и на расстоянии 120 км от фирмы *B*. Доставка на склад осуществляется крупными партиями и оттуда распределяется между потребителями. Затраты, связанные с функционированием склада, составляют 0,4 долл. на товарную единицу.

Вопрос. Как повлияет использование склада на изменение границ рынка?

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания

Таблица 5

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85		ПК-1	ПК-1.1	Знает верно и в полном объеме: <i>основы информатики в части</i>	Продвинутый

– 100 баллов	«зачтено»	ПК-2	ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1	<i>применения к закупкам</i> Умеет верно и в полном объеме: <i>использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций, подготавливать план закупок, план-график, вносить в них изменения, обрабатывать и хранить данные; выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)</i>	
70 – 84 баллов	«зачтено»	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1	Знает с незначительными замечаниями: <i>основы информатики в части применения к закупкам</i> Умеет с незначительными замечаниями: <i>использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций, подготавливать план закупок, план-график, вносить в них изменения, обрабатывать и хранить данные; выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)</i>	Повышенный
50 – 69 баллов	«зачтено»	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1	Знает на базовом уровне: <i>основы информатики в части применения к закупкам</i> Умеет на базовом уровне: <i>использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций, подготавливать план закупок, план-график, вносить в них изменения, обрабатывать и хранить данные; выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)</i>	Базовый
менее 50 баллов	«не зачтено»	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.1	Не знает на базовом уровне: <i>основы информатики в части применения к закупкам</i> Не умеет на базовом уровне: <i>использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций, подготавливать план закупок, план-график, вносить в них изменения, обрабатывать и хранить данные; выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)</i>	Компетенции не сформированы

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова

Факультет экономики, менеджмента и торговли
Кафедра торговли и общественного питания

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.17 УПРАВЛЕНИЕ ПОСТАВКАМИ

Направление подготовки 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль) программы Торговый менеджмент и маркетинг (во внутренней и внешней торговле)

Уровень высшего образования *Бакалавр*

Краснодар – 2022

1. Цель и задачи дисциплины:

студентами теоретических положений и практических рекомендаций, связанных с управлением поставками как видом управленческой деятельности.

Задачи учебной дисциплины «*Управление поставками*»:

- организация на стадии планирования закупок консультации с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках товаров, работ, услуг;
- организация и утверждение плана закупок и плана-графика;
- осуществление обработки, формирование, хранение данных;
- выбор способов определения поставщика (подрядчика, исполнителя).

2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1	Тема 1 Сущность и содержание управление поставками
2	Тема 2. Выбор поставщиков и координация деятельности поставщиков
3	Тема 3. Стратегия управления закупками и снабжением
4	Тема 4. Интеграция и оптимизация цепей поставок
5	Тема 5. Экономическая эффективность управления цепями поставок
6	Тема 6. Выполнение заказов в цепях поставок
Трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е. / 144 часа	

Форма контроля –зачет

Разработчик:

З.Х. Моламусов, доцент кафедры торговли и общественного питания Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханов