

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«ЛОГИСТИКА СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛИ»**

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль)подготовки: Логистика в бизнесе

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Формы обучения: очная, заочная

Год набора (приема на обучение): 2026

Срок получения образования: Очная форма обучения – 4 года
Заочная форма обучения – 4 года 6 месяца(-ев)

Объем: в зачетных единицах: 2 з.е.
в академических часах: 72 ак.ч.

г. Самара, 2026

Разработчики:

Кандидат экономических наук Юдакова О. В.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, утвержденного приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 514, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Специалист по логистике на транспорте", утвержден приказом Минтруда России от 08.09.2014 № 616н; "Специалист по организации постпродажного обслуживания и сервиса", утвержден приказом Минтруда России от 31.10.2014 № 864н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Институт маркетинга, логистики и сервиса	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Яхнеева И. В.	Рассмотрено	26.05.2026, № 10

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - формирование системы знаний и профессиональных навыков в области логистического управления товарными потоками в сфере розничной торговли, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать представление о месте логистики в хозяйственной деятельности розничных предприятий и организаций;
- овладеть системным подходом к логистической системе, чтобы охватить все мероприятия по перемещению, хранению материалов в пределах фирмы и её распределительных планов;
- освоить навыки управления, планирования и организации в основных функциональных областях логистики розничной торговли.

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

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности

ОПК-3.1 Обеспечивает требуемое качество процессов оказания услуг в профессиональной деятельности

Знать:

ОПК-3.1/Зн1 Нормативные документы, где предусмотрены обязательные требования по качеству процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности

Уметь:

ОПК-3.1/Ум1 Обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности

Владеть:

ОПК-3.1/Нв1 Навыками формирования требований по качеству процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности

ОПК-3.2 Собирает и анализирует обратную связь от потребителей для обеспечения, требуемого качества процессов оказания услуг

Знать:

ОПК-3.2/Зн1 Способы сбора и анализа информации, формирующую обратную связь от потребителей для обеспечения, требуемого качества процессов оказания услуг

Уметь:

ОПК-3.2/Ум1 Собирать и анализировать обратную связь от потребителей для обеспечения, требуемого качества процессов оказания услуг

Владеть:

ОПК-3.2/Нв1 Владеет навыками сбора и анализа обратной связи от потребителей для обеспечения, требуемого качества процессов оказания услуг

ПК-3 Способен организовать процесс оказания логистических услуг с улучшенными требованиями по качеству в цепи поставок

ПК-3.1 Организует процесс оказания логистических услуг в цепи поставок

Знать:

ПК-3.1/Зн1 Виды и способы организации процесса оказания логистических услуг в цепи поставок

Уметь:

ПК-3.1/Ум1 Определять оптимальный процесс оказания логистических услуг в цепи поставок

Владеть:

ПК-3.1/Нв1 Навыками организации процесса оказания услуг в цепи поставок

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Логистика сетевой торговли» относится к обязательной части образовательной программы и изучается в семестре(ах): Очная форма обучения - 5, Заочная форма обучения - 6.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
ОПК-3 - Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности		
ОПК-3.1 Обеспечивает требуемое качество процессов оказания услуг в профессиональной деятельности		Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Логистика маркетинговых, Логистика развития территорий, Управление качеством в цепях поставок
ОПК-3.2 Собирает и анализирует обратную связь от потребителей для обеспечения, требуемого качества процессов оказания услуг	Учебная практика: ознакомительная практика	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Логистика маркетинговых, Логистика развития территорий, Управление качеством в цепях поставок
ПК-3 - Способен организовать процесс оказания логистических услуг с улучшенными требованиями по качеству в цепи поставок		
ПК-3.1 Организует процесс оказания логистических услуг в цепи поставок	Категорийная логистика, Коммерческий механизм систем товародвижения, Консультационный проект, Логистика закупок	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Категорийная логистика, Коммерческий механизм систем товародвижения, Консультационный проект, Контроллинг логистических систем, Логистика закупок, Логистика распределения, Логистика услуг и сервисного обслуживания, Производственная логистика и технологии "Бережливого производства", Производственная практика: преддипломная практика, Производственная практика: технологическая практика, Транспортировка в цепях поставок, Управление качеством в цепях поставок, Управление логистическими издержками

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Очная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Индивидуальная контактная работа (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
Пятый семестр	72	2	36	18	18	0,15	17,85	Зачет
Всего	72	2	36	18	18	0,15	17,85	18

Заочная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Индивидуальная контактная работа (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
Шестой семестр	72	2	4	2	2	0,15	49,85	Зачет
Всего	72	2	4	2	2	0,15	49,85	18

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий (часы промежуточной аттестации не указываются)

Очная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа
Раздел 1. Сетевые розничные и оптовые торговые предприятия и их место в развитии ритейла	25,85	8	8	9,85

Тема 1.1. Сетевая торговля: история возникновения. Предмет и задачи логистики сетевой торговли.	10,85	4	4	2,85
Тема 1.2. Логистические функции розничной сетевой торговли и оптовых посредников	15	4	4	7
Раздел 2. Логистический менеджмент розничного торгового предприятия	28,15	10	10	8
Тема 2.1. Логистические аспекты управления ассортиментной политикой торговых предприятий	14,15	6	6	2
Тема 2.2. Информационно-аналитическая поддержка логистических бизнес-процессов распределения в сетевых торговых компаниях.	14	4	4	6

Заочная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа
Раздел 1. Сетевые розничные и оптовые торговые предприятия и их место в развитии ритейла	27,85	1	1	25,85
Тема 1.1. Сетевая торговля: история возникновения. Предмет и задачи логистики сетевой торговли.	10,85	1		9,85
Тема 1.2. Логистические функции розничной сетевой торговли и оптовых посредников	17		1	16
Раздел 2. Логистический менеджмент розничного торгового предприятия	26,15	1	1	24
Тема 2.1. Логистические аспекты управления ассортиментной политикой торговых предприятий	17,15	1		16

Тема 2.2. Информационно-аналитическая поддержка логистических бизнес-процессов распределения в сетевых торговых компаниях.	9		1	8
---	---	--	---	---

5.2. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля/Оценочное средство
Текущий контроль	Тестирование
Промежуточная аттестация	Зачет

№ п/п	Наименование раздела	Вид контроля/ используемые оценочные материалы	
		Текущий	Промежут. аттестация
1	Сетевые розничные и оптовые торговые предприятия и их место в развитии ритейла	Тестирование	Зачет
2	Логистический менеджмент розничного торгового предприятия	Тестирование	Зачет

6. Оценочные материалы текущего контроля

1. Сетевые розничные и оптовые торговые предприятия и их место в развитии ритейла Тестирование

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Оптовый посредник, не имеющий права собственности на товар это: агент дилер дистрибьютор комиссионер		ОПК-3
	Ответ:	агент	
2	Микрологистика управляет: поставщиком-посредником-потребителем производством-складом-сбытовой службой складом готовой продукции складом потребителя правильного ответа нет		ОПК-3
	Ответ:	производством-складом-сбытовой службой	
3	Что такое физическое распределение? распределение различных видов продукции оказание услуг потребителю продвижение продукции от продавца к потребителю доставка сырья и материалов		ОПК-3
	Ответ:	продвижение продукции от продавца к потребителю	
4	Дистрибьютор это посредник, который: действует за свой счет, но от имени производителя действует от имени и за счет производителя действует от своего имени и за свой счет правильного ответа нет		ОПК-3
	Ответ:	действует за свой счет, но от имени производителя	
5	Норма запаса в сетевой логистике представляет собой: максимально допустимую величину запаса среднюю величину запаса готовой продукции минимальный объем запаса правильного ответа нет		ОПК-3

	Ответ:	минимальный объем запаса	
6	Запас, который служит средством информирования покупателей об имеющихся в продаже товарах - это ...		ОПК-3
	Ответ:	рабочий запас	
7	Позволяет удовлетворять любой уровень спроса на товары и избежать потерь в розничной торговле, вызванных нехваткой запасов - это функция		ОПК-3
	Ответ:	накопления запасов	
8	Склад, ориентированный на краткосрочное хранение товаров в процессе их движения от мест производства до розничного звена в подсортированном и комплектном виде называется ...		ОПК-3
	Ответ:	склад розничной торговли	
9	Размер и форма участка, состояние существующих зданий, возможность организации или наличие парковки (вместимость автостоянки определяет объем продаж), удаленность от распределительного центра и точек товарообеспечения относятся к факторам, влияющим на размещение торгового предприятия		ОПК-3
	Ответ:	характеристика территории	
10	Полный перечень всех товарных позиций, утвержденных для продажи в магазине РС на определенный период времени с учетом требований ассортиментной политики сети, особенностей формата и расположения магазина – это		ОПК-3
	Ответ:	ассортиментная матрица	
11	Определите верную последовательность оптовой торговли 1. Анализ рынка и выбор ниши. 2. Поиск и выбор поставщиков. 3. Заключение договоров поставки. 4. Поиск оптовых покупателей. 5. Закупка крупных партий товаров. 6. Организация хранения на складах. 7. Формирование ассортимента и комплектация заказов. 8. Продажа и оформление документов. 9. Логистика и доставка товаров.		ОПК-3
	Ответ:	1. Анализ рынка и выбор ниши. 2. Поиск и выбор поставщиков. 3. Заключение договоров поставки. 4. Закупка крупных партий товаров. 5. Организация хранения на складах. 6. Формирование ассортимента и комплектация заказов. 7. Поиск оптовых покупателей. 8. Продажа и оформление документов. 9. Логистика и доставка товаров.	
12	Определите верную последовательность приёмки груза 1. Подготовка. 2. Проверка сопроводительных документов. 3. Осмотр транспорта, тары и упаковки до разгрузки. 4. Предварительная приёмка. 5. Окончательная приёмка. 6. Разгрузка. 7. Фиксация расхождений.		ОПК-3
	Ответ:	1. Подготовка. 2. Проверка сопроводительных документов. 3. Осмотр транспорта, тары и упаковки до разгрузки. 4. Разгрузка. 5. Предварительная приёмка. 6. Окончательная приёмка. 7. Фиксация расхождений.	
13	Сопоставьте элемент сетевой логистики с его ролью/характеристикой. 1. Поставщик. - Характеристика: обеспечивает сырьё или компоненты для производства. 2. Дистрибьютор. - Характеристика: организует доставку готовой продукции конечным потребителям. 3. Склад. - Характеристика: обеспечивает сырьё или компоненты для производства.		ОПК-3
	Ответ:	1. Поставщик. - Характеристика: обеспечивает сырьё или компоненты для производства. 2. Дистрибьютор. - Характеристика: организует доставку готовой продукции конечным потребителям. 3. Склад. - Характеристика: управляет запасами и обеспечивает бесперебойное снабжение звеньев сети.	
14	Сопоставьте этап/аспект сетевой логистики с проблемой/риском. 1. Этап: Планирование. Проблема/риск: неучтённый сезонный спрос, из-за которого сеть не может гибко нарастить мощности. 2. Этап: Операции. Проблема/риск: задержки в транспортировке из-за погодных условий, пробок или нехватки транспорта в пиковые периоды. 3. Этап: Исполнение. Проблема/риск: избыточные или недостающие запасы на отдельных узлах сети, ведущие к дополнительным затратам.		ОПК-3
	Ответ:	1. Этап: Планирование. Проблема/риск: неучтённый сезонный спрос, из-за которого сеть не может гибко нарастить мощности. 2. Этап: Операции. Проблема/риск: избыточные или недостающие запасы на отдельных узлах сети, ведущие к дополнительным затратам. 3. Этап: Исполнение. Проблема/риск: задержки в транспортировке из-за погодных условий, пробок или нехватки транспорта в пиковые периоды.	

15	Сопоставьте тип сетевой структуры с его преимуществами/недостатками. 1. Линейная (последовательная) сеть: Преимущество — простота управления и контроля. Недостаток — низкая гибкость при сбоях в отдельных звеньях. 2. Кольцевая сеть: Преимущество — сложность координации между участниками. Недостаток — повышенная отказоустойчивость (если одно звено выходит из строя, сеть продолжает работать) 3. Звёздная (радиальная) сеть: Преимущество — фокус на клиенте и персонализация сервиса. Недостаток — высокая сложность управления и зависимость от центрального узла.		ОПК-3
	Ответ:	1. Линейная (последовательная) сеть: Преимущество — простота управления и контроля. Недостаток — низкая гибкость при сбоях в отдельных звеньях. 2. Кольцевая сеть: Преимущество — повышенная отказоустойчивость (если одно звено выходит из строя, сеть продолжает работать). Недостаток — сложность координации между участниками. 3. Звёздная (радиальная) сеть: Преимущество — фокус на клиенте и персонализация сервиса. Недостаток — высокая сложность управления и зависимость от центрального узла.	

2. Логистический менеджмент розничного торгового предприятия Тестирование

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Розничная торговля - это это продажа товаров конечным потребителям для личного, семейного или домашнего использования		ПК-3
	Ответ:	это продажа товаров конечным потребителям для личного, семейного или домашнего использования	
2	Чистая прибыль торгового предприятия – это:		ПК-3
	Ответ:	часть валовой прибыли, которая остается в распоряжении торгового предприятия после уплаты в бюджет налога на прибыль	
3	Крупные торговые точки с большим выбором товаров на разные случаи жизни — от продуктов питания до электроники и мебели. Эти торговые точки могут предоставлять дополнительные услуги, например сборку заказа и доставку. Их называют -		ПК-3
	Ответ:	Гипермаркеты	
4	Многофункциональные комплексы, где под одной крышей объединены магазины разных категорий, зоны общественного питания и развлечения. Подходят для длительного шопинга и семейного отдыха - это		ПК-3
	Ответ:	Торговые центры (ТЦ)	
5	Основная функция розничной торговли заключается		ПК-3
	Ответ:	в реализации товаров, которые предназначены для личного использования и не связаны с деятельностью организаций	
6	Доведение товаров до покупателей необходимого ассортимента, надлежащего качества, в достаточном количестве для обеспечения своевременного предложения товара в нужном месте и предоставление торгового обслуживания является целью розничной торговли функцией розничной торговли задачей розничной торговли все ответы верны		ПК-3
	Ответ:	целью розничной торговли	
7	Любая деятельность по продаже товаров и услуг непосредственно конечному потребителю для их личного некоммерческого использования – это оптовая торговля розничная торговля личная торговля правильного ответа нет		ПК-3
	Ответ:	розничная торговля	
8	Реализуют ассортимент продовольственных и/или непродовольственных товаров торговые предприятия следующего типа - специализированные торговые предприятия комбинированные торговые предприятия универсальные торговые предприятия все ответы верны		ПК-3
	Ответ:	специализированные торговые предприятия	
9	Реализуют ассортимент товаров одной товарной группы торговые предприятия следующего типа - универсальные торговые предприятия комбинированные торговые предприятия специализированные торговые предприятия правильного ответа нет		ПК-3
	Ответ:	специализированные торговые предприятия	

10	Регулярный процесс приобретения товаров у внешних поставщиков с наименьшими общими издержками – это логистика закупок торгового предприятия логистика складирования торгового предприятия логистика транспортная торгового предприятия все ответы верны		ПК-3
	Ответ:	логистика закупок торгового предприятия	
11	Определите верную последовательность организации сетевой логистики 1. Идентификация участников и процессов. 2. Построение структуры сети. 3. Планирование ресурсов и оптимизация. 4. Временная привязка и оценка длительности. 5. Расчёт критического пути. 6. Определение логических связей. 7. Внедрение и координация. 8. Мониторинг и контроль. 9. Анализ эффективности и улучшение.		ПК-3
	Ответ:	1. Идентификация участников и процессов. 2. Построение структуры сети. 3. Определение логических связей. 4. Временная привязка и оценка длительности. 5. Расчёт критического пути. 6. Планирование ресурсов и оптимизация. 7. Внедрение и координация. 8. Мониторинг и контроль. 9. Анализ эффективности и улучшение.	
12	Определите верную последовательность физического перемещения ТМЦ 1. Производство. Товар выпускается на предприятии. 2. Оптовые закупки. Производитель продаёт крупные партии дистрибьюторам. 3. Розничная продажа. Конечные покупатели приобретают товар в магазинах или через онлайн-каналы. 4. Распределение. Дистрибьюторы формируют мелкие партии для розничных точек (магазинов, павильонов).		ПК-3
	Ответ:	1. Производство. Товар выпускается на предприятии. 2. Оптовые закупки. Производитель продаёт крупные партии дистрибьюторам. 3. Распределение. Дистрибьюторы формируют мелкие партии для розничных точек (магазинов, павильонов). 4. Розничная продажа. Конечные покупатели приобретают товар в магазинах или через онлайн-каналы.	
13	Определите соответствие процессов и их целей 1. Процесс: Управление товарными запасами в сети. Цель: Минимизация издержек на хранение при обеспечении наличия товаров на полках. 2. Процесс: Логистика поставок. Цель: Обеспечение бесперебойных поставок от производителя к торговым точкам с минимальными логистическими издержками. 3. Процесс: Категорийный менеджмент. Цель: Оптимизация ассортимента: выделение ключевых категорий, которые сильнее всего влияют на выручку, и аутсайдеров, требующих особого внимания.		ПК-3
	Ответ:	1. Процесс: Управление товарными запасами в сети. Цель: Минимизация издержек на хранение при обеспечении наличия товаров на полках. 2. Процесс: Логистика поставок. Цель: Обеспечение бесперебойных поставок от производителя к торговым точкам с минимальными логистическими издержками. 3. Процесс: Категорийный менеджмент. Цель: Оптимизация ассортимента: выделение ключевых категорий, которые сильнее всего влияют на выручку, и аутсайдеров, требующих особого внимания.	
14	Определите соответствие терминов и их определений 1. Ретро-бонус Определение: Форма организации бизнеса, при которой одна сторона (франчайзер) предоставляет другой (франчайзи) право работать под своей торговой маркой, используя её бизнес-модель и поддержку. 2. Франчайзинг. Определение: Вознаграждение, которое поставщик выплачивает торговой сети за достижение поставщиком определённых показателей (например, выполнение плана закупок).		ПК-3
	Ответ:	1. Франчайзинг. Определение: Форма организации бизнеса, при которой одна сторона (франчайзер) предоставляет другой (франчайзи) право работать под своей торговой маркой, используя её бизнес-модель и поддержку. 2. Ретро-бонус. Определение: Вознаграждение, которое поставщик выплачивает торговой сети за достижение поставщиком определённых показателей (например, выполнение плана закупок).	
15	Определите соответствие внутренних регламентов и внешних требований 1. Внутренний регламент: Правила проведения промоакций в сети. Внешнее требование: Федеральный закон «О защите конкуренции». 2. Внутренний регламент: Технический регламент Таможенного союза (ТР ТС) или ГОСТ. Внешнее требование: Требования к маркировке товаров на сайте сети.		ПК-3
	Ответ:	1. Внутренний регламент: Правила проведения промоакций в сети. Внешнее требование: Федеральный закон «О защите конкуренции». 2. Внутренний регламент: Требования к маркировке товаров на сайте сети. Внешнее требование: Технический регламент Таможенного союза (ТР ТС) или ГОСТ.	

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Зачет пятый семестр - очная (шестой семестр - заочная)

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Значение, цели и задачи логистики сетевой торговли Раскрыть содержание полностью		ПК-3
	Ответ:	Логистика в сетевой торговле — это не просто доставка товаров от поставщика к магазину, а целая система, которая связывает все звенья цепи поставок и напрямую влияет на успех бизнеса. Значение Логистика даёт сетевой торговле ряд важных преимуществ: Экономия от масштаба. Централизованное управление и оптимизация процессов на уровне всей сети позволяют снижать удельные издержки для каждой торговой точки. Тиражирование успеха. Успешные практики из одних магазинов можно внедрять в других, что повышает общую эффективность сети. Гибкость и адаптивность. В условиях меняющегося спроса и конкуренции логистическая система должна оперативно подстраиваться — менять маршруты, корректировать запасы, внедрять новые форматы доставки. Повышение уровня сервиса для клиента. Своевременное и бесперебойное снабжение, наличие товаров на полках, возможность онлайн-заказов и отслеживания доставки напрямую влияют на удовлетворённость покупателей и их лояльность. Снижение потерь. Эффективное управление потоками (материальными, информационными, сервисными) помогает минимизировать издержки и риски. Цели Обеспечить бесперебойное товароснабжение всех магазинов сети. Найти оптимальный баланс между уровнем сервиса (например, скоростью доставки или наличием товара) и затратами на его достижение. Оптимизировать величину логистических затрат в структуре цены продукции, не в ущерб качеству сервиса. В конечном счёте — способствовать повышению конкурентоспособности сети за счёт снижения издержек, улучшения сервиса и более эффективного использования ресурсов. Задачи Чтобы достичь этих целей, логистика в сетевой торговле решает целый комплекс задач: Определить требования к товароснабжению с учётом бизнес-стратегии, формата магазинов, региона и товарного ассортимента. Выбрать логистическую стратегию, которая усилит конкурентные позиции сети. Спроектировать и оптимизировать сеть распределения: выбрать места для распределительных центров, выстроить логистическую инфраструктуру, сбалансировать транспортные и складские мощности. Эффективно управлять товарными запасами: оптимально размещать запасы в сети, выстраивать политику пополнения, минимизировать случаи отсутствия товара на полках. Выстраивать сквозные логистические процессы — координировать работу поставщиков, транспорта, складов и магазинов, чтобы все потоки работали как единая система. Обеспечивать логистическую поддержку промо-акций.	
2	Перемены и проблемы логистики сетевых розничных продаж. Раскрыть содержание полностью		ОПК-3

	Ответ: Логистика в сетевой рознице действительно постоянно меняется: компании ищут новые модели, чтобы оставаться конкурентоспособными. Какие перемены происходят Переход к омниканальности. Сети активно развивают онлайн-каналы: открывают дарксторы (специальные склады для сборки онлайн-заказов), превращают часть магазинов в пункты выдачи заказов. Это требует перестройки всей цепочки: нужно синхронизировать запасы, оптимизировать сборку заказов и решать проблему «последней мили» (доставка прямо до двери клиента). Пересмотр моделей работы с поставщиками. Некоторые ритейлеры (например, «Магнит», X5) обсуждают с поставщиками схему, при которой те сами развозят товар до распределительных центров и магазинов. Цель — снизить риски сбоев в собственной логистической инфраструктуре сети. Но у такого подхода есть минусы: рост транспортных расходов поставщиков, риск неполной загрузки собственных РЦ и автопарка ритейлеров, а также юридические нюансы (по закону ритейлер несёт ответственность за товар с момента погрузки). Инвестиции в технологии. Активно внедряются цифровые решения: ИИ для оптимизации маршрутов, IoT и RFID для отслеживания грузов в реальном времени, автоматизация складов. Это помогает повысить прозрачность процессов, снизить потери и улучшить контроль за запасами. Расширение в регионы. Активная экспансия в регионы усложняет логистику: увеличиваются «плечи» доставки, возникает дефицит качественной складской инфраструктуры в отдельных локациях, сложнее прогнозировать объёмы грузооборота. С какими проблемами сталкиваются Нестабильность спроса. Резкие скачки или падения покупательского спроса требуют гибкой системы управления запасами и быстрой реакции логистической сети. Сложности «последней мили». Срывы сроков доставки на финальном этапе (из-за пробок, погодных условий, человеческого фактора, неточных клиентских данных — например, ошибочных адресов) напрямую бьют по лояльности клиентов. Инфраструктурные ограничения. В крупных городах действуют ограничения на движение грузового транспорта (пробки, экологические нормы). Это вынуждает искать обходные пути: получать спецразрешения (что увеличивает издержки), дробить партии на более мелкие рейсы или переносить доставку на ночное время. Кадровый дефицит. Наблюдается нехватка водителей (в том числе дальнбойщиков) и курьеров, что повышает затраты на оплату труда. Риски в цепочках поставок. Изменения в международной торговле (переориентация с Запада на Восток), колебания курсов валют, санкции создают дополнительные сложности с маршрутизацией и сроками поставок. Вопросы ответственности и рисков. В отдельных инициативах (как предложение «Красного & Белого» переложить на поставщиков финансовые риски уничтожения товара при форс-мажорах, включая атаки БПЛА) стороны сталкиваются с правовыми и этическими дилеммами.	
3	Преобразование цепи поставок в розничных продажах. Раскрыть полностью содержание	ПК-3

	Ответ: Преобразование цепи поставок в рознице — это не просто «оптимизация», а глубокая перестройка всей цепочки: от прогнозирования спроса до доставки товара покупателю. Её цель — сделать систему эффективнее, устойчивее и лучше отвечать на запросы клиентов. Что именно меняют: Усиление контроля ритейлера. Часто розничные сети берут на себя больше функций: частично или полностью вытесняют промежуточных посредников (оптовиков, дистрибьюторов), выстраивая прямые связи с поставщиками. А если ритейлер запускает собственные торговые марки (СТМ), контроль распространяется ещё дальше — вплоть до производителей сырья. Цифровизация. Внедряют системы, которые работают в реальном времени или с минимальной задержкой. Это сканеры штрихкодов, электронный обмен данными (EDI), облачные платформы для централизации информации. С помощью Big Data и машинного обучения строят более точные прогнозы спроса, учитывая не только исторические продажи, но и промоакции, погоду, локальные события. На базе этих данных работают системы динамического пополнения запасов. Автоматизация процессов. Роботизированные системы на складах ускоряют обработку заказов, снижают число ошибок при комплектации. Используют технологии для автоматического взвешивания, упаковки, грузопереработки. Внедряют решения для оптимизации транспортных маршрутов. Развитие омниканальности. Ритейлеры интегрируют онлайн- и офлайн-каналы в единую систему. Магазины могут превращаться в «хабы» (stores-as-hubs): из них удобнее и быстрее выполнять онлайн-заказы, организовывать самовывоз, доставку в тот же день. Это позволяет гибко выбирать оптимальный способ исполнения заказа с учётом локального спроса. Смена фокуса в управлении запасами. Традиционная модель минимальных запасов (JIT) делает цепочку уязвимой к сбоям. Поэтому компании пересматривают подход: для критически важных товаров увеличивают уровень страховых запасов, а для стабильных категорий делают ставку на точное прогнозирование. Диверсификация рисков. Ритейлеры отказываются от зависимости от одного поставщика или одного региона. Применяют стратегии multi-sourcing, nearshoring, регионализации. Изменение корпоративной культуры и партнёрских отношений. Трансформация требует сквозного взгляда на цепочку: от планирования спроса до работы с конечным покупателем. Важно выстраивать более тесное и прозрачное сотрудничество со всеми участниками — поставщиками, логистическими компаниями.	
4	Франчайзинг как ключевой инструмент наращивания сети Раскрыть содержание полностью	ПК-3

	Ответ: Франчайзинг действительно стал для многих компаний главным инструментом быстрого и эффективного наращивания сети. Почему это выгодно для франчайзера (того, кто передаёт франшизу)? Снижение потребности в капитале. Франчайзи вкладывает собственные средства в открытие каждой точки — на франчайзера не ложатся гигантские финансовые риски. Доход формируется за счёт паушальных взносов (разовых) и роялти (периодических отчислений). Скорость экспансии. Сеть растёт гораздо быстрее, чем при открытии собственных точек. Партнёры-франчайзи часто лучше знают местный рынок, потребности клиентов и условия, что помогает быстрее адаптироваться. Распределение затрат. Затраты на маркетинг, обучение, логистику ложатся на франчайзи, что позволяет франчайзеру концентрировать ресурсы на развитии основной модели. Доступ к экспертизе. Франчайзер передаёт отработанную бизнес-систему: стандарты, технологии, маркетинговые материалы, программные решения. Это снижает риски при запуске новых точек. Дополнительный доход. Помимо взносов, франчайзер может стимулировать продажи партнёров, привязывая их к системе обязательных закупок. Когда это особенно актуально? Франчайзинг становится стратегической альтернативой органическому росту в нескольких ситуациях: Высокие ставки по кредитам. Заёмные средства для открытия собственных точек обходятся дорого, а франчайзинг позволяет расти без такого долга. Антимонопольные барьеры. В России установлен порог максимальной доли рынка (25%), что ограничивает возможности прямого наращивания собственной сети. Франчайзинг становится выходом, когда собственная экспансия заблокирована. Насыщение рынка. Когда в крупных городах точки уже плотно заполнены, франчайзинг позволяет осваивать средние и малые города, а также выходить в новые регионы. Как это работает на практике? Часто используется модель обратной франшизы: франчайзер сохраняет контроль над ассортиментом, ценообразованием и управлением точками, а франчайзи получает агентское вознаграждение. Это позволяет сохранять единые стандарты сети и одновременно ускорять масштабирование. Какие есть риски? Несмотря на преимущества, есть и подводные камни, которые важно учитывать: Сложность контроля качества. Если франчайзи не соблюдает стандарты, это напрямую бьёт по репутации всего бренда. Риск появления конкурентов. Некоторые франчайзи, накопив опыт и капитал, могут начать работать в том же направлении, что и бывший франчайзер. Излишняя регламентация. Слишком жёсткие правила могут подавлять инициативу партнёров и тормозить развитие. Ошибки в договоре. Непродуманные условия (например, территориальные ограничения или скрытые платежи) способны разрушить отношения. Зависимость от партнёров. Успех всей сети напрямую зависит от добросовестности и компетенций франчайзи. Вывод Франчайзинг — мощный инструмент для масштабирования, особенно когда органический рост ограничен. Но его успех напрямую зависит от того, насколько хорошо выстроены стандарты, прозрачны условия сотрудничества и выстроена система поддержки партнёров. Если эти элементы проработаны, сеть будет расти стабильно и предсказуемо. Если же есть пробелы — возникают серьёзные риски.	
5	Проблемы автоматизации логистического функционала оптовых и розничных торговцев Раскрыть содержание полностью	ПК-3

	Ответ: Автоматизация логистического функционала действительно сопряжена с рядом сложностей, которые могут свести на нет все инвестиции. Общие проблемы автоматизации: Неправильный выбор IT-инструментов. Часто компании внедряют универсальные системы, которые не учитывают специфику их бизнеса. Например, система, отлично работающая для крупного оптового склада, может оказаться слишком громоздкой для мелкоступного отбора в розничном магазине. В результате сотрудники продолжают тратить время на ручные исправления. Отсутствие чётких KPI и измеримых целей. Автоматизация «потому что все так делают» без постановки конкретных задач (сократить время доставки, снизить процент ошибок) не даёт понимания, работает ли система. Без этого невозможно оценить эффективность внедрения. Низкая вовлечённость и сопротивление сотрудников. Новые технологии меняют привычные процессы. Если команду не подготовить, не объяснить пользу изменений и не научить работать с интерфейсом, сотрудники могут игнорировать нововведения или совершать ошибки из-за непонимания. Проблемы интеграции. Сложно добиться слаженной работы, если разные подразделения (закупки, склад, транспорт, продажи) используют разрозненные системы, которые не обмениваются данными в реальном времени. Сложности с настройкой и кастомизацией. Неправильная настройка алгоритмов маршрутизации или несоответствие функционала системы реальным задачам — частая причина неудач. Иногда требуется глубокая доработка системы под специфику бизнеса, что увеличивает сроки и бюджет проекта. Угрозы кибербезопасности. Автоматизация делает инфраструктуру более уязвимой для хакерских атак и утечек данных. Необходимость защиты информации добавляет новые риски, которые нужно учитывать при выборе решений. Высокая стоимость внедрения и обслуживания. Покупка лицензий, настройка, обучение персонала, техническая поддержка — всё это требует значительных финансовых вложений. Не каждая компания готова к таким расходам. Специфические проблемы для оптовой торговли Сложности с управлением запасами. Накопление избыточных запасов «замораживает» капитал и снижает рентабельность, а их дефицит ведёт к потере клиентов. Автоматизация помогает найти оптимальный уровень запасов, но требует точного прогнозирования спроса и интеграции с системами закупок. Межфункциональные конфликты. Разные отделы (закупка, склад, транспорт) могут преследовать противоречивые цели: например, отдел закупки хочет закупать крупными партиями, а склад — мелкими для минимизации издержек. Проблемы с транспортной логистикой. Не всегда есть в наличии подходящий транспорт для определённых типов грузов, а оптимизация маршрутов остаётся сложной задачей.	
6	Функциональный цикл логистики торгового предприятия Раскрыть содержание полностью	ОПК-3

	Ответ: Функциональный цикл логистики торгового предприятия — это последовательность этапов, через которые проходит товар от момента его закупки до момента продажи конечному потребителю. Он объединяет ключевые логистические функции в единый процесс, обеспечивая эффективное управление материальными и сопутствующими потоками. В учебной литературе функциональный цикл логистики торгового предприятия часто делят на три стадии: Логистика закупок. На этом этапе предприятие обеспечивает себя необходимыми товарами. Основные задачи: изучение и выбор поставщиков, заключение договоров поставки, контроль за их исполнением, планирование объёмов закупок, организация поставок и входной контроль качества товаров. Внутримagaзинная логистика. Эта стадия связана с обработкой товарных потоков внутри предприятия. Сюда входят приёмка товаров по количеству и качеству, хранение, фасовка и упаковка, перемещение и выкладка в торговых залах, а также организация хранения и сдачи тары. Логистика продаж и обслуживания. На финальной стадии предприятие взаимодействует с покупателем. Этот этап включает изучение спроса и формирование ассортимента, организацию продажи товаров, кассовое обслуживание, отпуск товара (с упаковкой и проверкой его работоспособности), а также послепродажное обслуживание (доставка, установка, гарантийное обслуживание). Дополнительные функциональные области Помимо трёх основных стадий, в логистической системе торгового предприятия активно работают и другие функциональные области: Транспортная логистика — управляет перемещением товаров. Складская логистика — организует складские операции (приёмка, хранение, отпуск). Информационная логистика — координирует информационные потоки, обеспечивая управление материальными потоками.	
7	Особенности применения моделей управления запасами на предприятиях оптовой и розничной торговли раскрыть содержание полностью	ОПК-3

	Ответ: Применение моделей управления запасами действительно сильно зависит от типа торговой деятельности. Оптовая торговля Здесь фокус на работе с крупными партиями, длинными логистическими цепочками и масштабными операциями. Масштаб и объёмы. Оптовые компании оперируют большими партиями, поэтому модели вроде EOQ (Economic Order Quantity — оптимальный размер заказа) помогают рассчитать такую партию, при которой совокупные издержки на заказ и хранение минимальны. Это напрямую влияет на оборачиваемость и снижает логистические издержки. Длительные циклы. Время выполнения заказа поставщику часто велико, поэтому критически важно закладывать страховой запас и точно рассчитывать точку возобновления заказа (ROP). Работа с поставщиками. Модели позволяют анализировать и выбирать поставщиков, сравнивая условия (транзитные нормы, предоплату, транспортные расходы), чтобы минимизировать общие затраты по управлению запасами. Дифференцированный подход. Часто применяют комбинацию моделей: для разных товарных групп (по ABC- и XYZ-анализу) задают разные стратегии. Например, для топовых товаров со стабильным спросом — EOQ с повышенным страховым запасом, а для малозначимых позиций — систему «точно в срок» с минимальным запасом. Интеграция с другими системами. Логистические информационные системы (ЛИС) должны в реальном времени обмениваться данными с другими подсистемами предприятия (планирование продаж, управление складом), а также с системами поставщиков. Розничная торговля Здесь задача — обеспечить бесперебойную работу отдельных торговых точек, часто с ограниченным пространством и коротким циклом жизни товара. Многономенклатурность и изменчивость спроса. В рознице ассортимент широк, а спрос часто непредсказуем (сезонность, акции, новинки). Поэтому критически важны инструменты прогнозирования (статистические методы, машинное обучение) и дифференцированный подход. Фокус на полках. Главная цель — минимизировать риск отсутствия товара на полке (empty shelf), так как это напрямую влияет на лояльность клиентов и объём продаж. Ограничения по хранению. Торговые площади и сроки годности товара ограничивают объём запасов. Это заставляет искать баланс: с одной стороны — не допустить дефицита, с другой — не затовариться. Оmnikanальность. В современных сетях важно учитывать запасы не только в центральном складе, но и распределять их между множеством точек продаж, синхронизируя цепочки поставок. Специфические инструменты. Помимо классических моделей, активно используются: VMI (Vendor Managed Inventory) — поставщик берёт на себя ответственность за поддержание нужного уровня запасов у ритейлера. CRP (Continuous Replenishment Planning) — концепция непрерывного пополнения запасов с согласованной политикой поставок. Автоматизация. Из-за большого объёма данных и рутинных операций в рознице критически важны учётные системы (1С, специализированные сервисы), которые автоматизируют контроль остатков, сигнализируют о необходимости заказа и проводят аналитику (например, ABC/XYZ-анализ).	
8	Логистические технологии обработки грузов в РЦ Раскрыть содержание полностью	ПК-3

	Ответ: В современных распределительных центрах (РЦ) обработка грузов строится на комплексе технологий — от цифровых систем до роботизированного оборудования. Информационные технологии: WMS (Warehouse Management System). Это «мозг» РЦ: система управляет всеми процессами — от приёмки и размещения до комплектации и отгрузки. Она оптимизирует маршруты, распределяет задания, контролирует остатки в реальном времени и интегрируется с другими системами (ERP, CRM). RFID и штрихкодирование. Метки позволяют быстро и точно идентифицировать товар, отслеживать его перемещение и состояние. Это снижает ошибки при учёте и инвентаризации. Аналитика и прогнозирование. Системы собирают данные о спросе, сезонности и пиках нагрузки, чтобы заранее корректировать поставки и избегать дефицита или излишков. Технологии физического перемещения и обработки Роботизация. Используют разные типы роботов: FMR-роботы (Forklift Mobile Robots) — автономные вилочные погрузчики, которые забирают палеты в зоне приёмки и доставляют в зону хранения или комплектации. AMR-роботы (Autonomous Mobile Robots) — перевозят грузы между зонами хранения и станциями комплектации. Они ориентируются в пространстве с помощью датчиков и алгоритмов, при препятствии перестраивают маршрут. Роботы-манипуляторы — автоматизируют сортировку и укладку товаров (например, сбор коробов в палеты). Конвейерные линии. Позволяют автоматически перемещать товары между зонами (например, от приёмки к зоне комплектации) и сортировать их по шутам (наклонным каналам). Автоматизированные стеллажные системы (например, шаттлы, которые перемещаются по рельсам и доставляют товары к месту отправки) — помогают эффективнее использовать пространство склада. Специфические логистические технологии Кросс-докинг (cross-docking). Суть в том, чтобы минимизировать время хранения: товар поступает от поставщика, сразу сортируется и перегружается в транспорт для отправки клиентам или в другие точки, минуя длительные складские операции. Это особенно выгодно для скоропортящихся товаров, массовых товаров с устойчивым спросом или когда нужно максимально ускорить доставку. Есть варианты: одноэтапный (груз идёт как есть) и двухэтапный (партия переоформляется, делится на группы для отправки). Pick-by-line (PBL). При этой технологии товар не размещают на длительное хранение, а сразу сортируют и отправляют в магазины или другие каналы в соответствии с заказами, которые сформировали на основе потребностей сети. Это эффективно для высокооборотных товаров с небольшими сроками годности.	
9	Логистический сервис в торговле Раскрыть содержание полностью	ПК-3

	Ответ: Логистический сервис в торговле — это не просто доставка товара «от склада к двери». По сути, это целый комплекс услуг, который сопровождает товар на всём пути: от подготовки к продаже до послепродажного сопровождения. Что входит в логистический сервис Обычно такие услуги делят на три блока по времени: Предпродажные. Подготовка к продаже: консультации (как лучше хранить или транспортировать товар), расфасовка, упаковка, маркировка, иногда даже демонстрация или пробное использование. В процессе продажи. То, что происходит прямо во время сделки: наличие товара на складе, подбор ассортимента под запрос, комплектация заказов, погрузка и разгрузка, предоставление информации о статусе поставки. Послепродажные. Всё, что поддерживает клиента после покупки: гарантийное обслуживание, обмен, рассмотрение и решение претензий, консультации по управлению запасами. По содержанию работы выделяют материальный сервис (физическое преобразование потока — например, хранение, фасовка) и нематериальный (управление: диспетчеризация, разработка индивидуальных схем оплаты, консультации по логистике). По форме оплаты сервис делят на бесплатный (вменённый) — когда стоимость услуг заложена в цену товара (часто это предпродажные работы или базовый сервис в процессе), и платный (дополнительный) — отдельные услуги, за которые клиент платит отдельно (например, послегарантийное обслуживание). По адаптивности — стандартизированный (базовый набор для большинства) и индивидуальный (под конкретные, часто сложные запросы клиента). Кто оказывает услуги Логистический сервис может организовывать сам торговец, а может привлекать сторонних посредников — логистических провайдеров, экспедиторов. Иногда клиент сам частично берёт на себя логистику (самообслуживание). Зачем это нужно Главная цель — повысить удовлетворённость клиента, а в итоге — лояльность и конкурентоспособность бизнеса. Но при этом важно балансировать: слишком высокий уровень сервиса ведёт к росту затрат, а слишком низкий — к потере клиентов. Поэтому в торговле активно ищут оптимум. Как оценивают качество Качество логистического сервиса — это степень, с которой фактические результаты совпадают с ожиданиями клиента. Для оценки используют разные показатели: время выполнения заказа, точность поставок, уровень обработки претензий, гибкость под индивидуальные запросы. Важно выстраивать систему обратной связи: собирать отзывы и на их основе корректировать сервис.	
10	Основные стратегии развертывания розничной сети Раскрыть содержание полностью	ОПК-3

Ответ:	При развёртывании розничной сети компании выбирают стратегию, исходя из своих ресурсов, целей и условий рынка. Строительство с нуля. Сеть развивается самостоятельно: открываются новые точки, выстраиваются процессы, логистика, управление. Это даёт максимальный контроль и маржу, но требует значительных капиталовложений, времени и компетенций. Часто выбирают компании с устойчивым финансовым положением и чётким видением. Покупка готового бизнеса. Здесь сеть расширяется за счёт приобретения уже работающих точек. Плюс в том, что не нужно строить инфраструктуру с нуля: у бизнеса есть налаженные процессы, клиентская база, отношения с поставщиками. Однако есть и риски: нужно тщательно проверять историю, финансовые показатели, юридическую чистоту, чтобы не унаследовать долги или проблемы прежнего владельца. Франчайзинг. Сеть растёт за счёт партнёрства: франчайзи получает от франчайзера отработанную бизнес-модель, бренд, поддержку (обучение, маркетинг, ИТ-системы), но при этом несёт часть операционных рисков и инвестиций. Это позволяет быстро масштабироваться с относительно меньшими вложениями со стороны головной компании. Ключевой момент — сильная стандартизация и контроль качества. Региональное расширение. Сеть целенаправленно выходит в новые географические зоны — регионы, города, районы. При этом анализируют локальные особенности: покупательскую способность, уровень конкуренции, логистику. Иногда имеет смысл осваивать менее насыщенные рынки, чтобы быстрее нарастить долю. Диверсификация. Эта стратегия не столько про географию, сколько про расширение ассортимента или каналов продаж. Например, сеть, изначально работавшая только с офлайн-магазинами, начинает развивать онлайн-направление или открывает точки услуг (кафе, пункты выдачи). Цель — снизить риски, привлечь новую аудиторию и увеличить устойчивость бизнеса. Комбинированная стратегия. Часто наиболее эффективный путь — сочетание нескольких подходов. Например, сеть может одновременно открывать собственные точки в перспективных локациях и развивать франчайзинговое направление в менее активных регионах. Какой вариант выбрать? Всё зависит от ситуации. Если у компании много ресурсов и чёткая, проверенная модель — подойдёт строительство. При ограниченных средствах и желании быстро выйти на рынок — покупка или франчайзинг. Если цель — географическое расширение в новые зоны, нужно учитывать локальные особенности. Диверсификация становится актуальной, когда нужно снизить риски или выйти за пределы текущей ниши.
--------	---

7.1. Уровни овладения

Компетенция: ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности.

Индикатор достижения компетенции: ОПК-3.1 Обеспечивает требуемое качество процессов оказания услуг в профессиональной деятельности.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60

Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40
-----------------	------------------------	------

Индикатор достижения компетенции: ОПК-3.2 Собирает и анализирует обратную связь от потребителей для обеспечения, требуемого качества процессов оказания услуг.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

Компетенция: ПК-3 Способен организовать процесс оказания логистических услуг с улучшенными требованиями по качеству в цепи поставок.

Индикатор достижения компетенции: ПК-3.1 Организует процесс оказания логистических услуг в цепи поставок.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Тяпухин, А. П. Логистика в 2 ч. Часть 1: учебник для вузов / А. П. Тяпухин. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 386 с - 978-5-534-02246-9. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/585196> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

2. Тяпухин, А. П. Логистика в 2 ч. Часть 2: учебник для вузов / А. П. Тяпухин. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 223 с - 978-5-534-02248-3. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/585197> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Лукинский, В. С. Логистика и управление цепями поставок: учебник и практикум для вузов / В. С. Лукинский, В. В. Лукинский, Н. Г. Плетнева. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 434 с - 978-5-534-18570-6. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/583025> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

Не используются.

Ресурсы «Интернет»

1. <https://digital.gov.ru> - Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (Минцифры России)

2. <https://www.economy.gov.ru/> - Министерство экономического развития Российской Федерации (Минэкономразвития России)

3. <https://minpromtorg.gov.ru/> - Министерство промышленности и торговли Российской Федерации (Минпромторг России)

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

1. 1С:Предприятие 8 Управление торговлей;

2. Microsoft Office 2016 ;

3. Astra Linux Special Edition;

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

1. Справочно-правовая система "Гарант-Максимум";

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ

Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СПб
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СПб
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СПб
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения