

**Вопросы к экзамену
по дисциплине «Распределительная логистика»
для студентов специальности 1 – 26 02 05 «Логистика»**

1. Понятие политики распределения товаров
2. Каналы распределения, их функции.
3. Прямые и косвенные каналы распределения
4. Вертикальные маркетинговые системы
5. Горизонтальные маркетинговые системы. Многоканальные маркетинговые системы.
6. Фирменная торговля. Электронная торговля как особый канал распределения товаров.
7. Общие факторы, влияющие на решения о структуре каналов распределения.
8. Участники каналов распределения, определяющие их выбор: производители, потребители, посредники, транспортная сеть, органы государственного управления. Критерии оценки вариантов: экономический, управляемости и пригодности.
9. Необходимость и основные направления государственного регулирования распределения товаров
10. Административные формы регулирования распределения товаров
11. Экономические формы регулирования распределения товаров
12. Материальные балансы как важнейший инструмент регулирования распределения товаров
13. Характеристика оптовой торговли: сущность, функции, виды оптовых посредников
14. Характеристика розничной торговли: сущность, функции, классификация предприятий розничной торговли
15. Направления развития розничной торговли в Беларуси. Мерчандайзинг.
16. Характеристика сущности и особенностей кооперированных поставок. Комплектование строек оборудованием.
17. Характеристика сущности и особенностей лизинга.
18. Характеристика сущности и особенностей франчайзинга.
19. Исторические предпосылки выделения распределительной логистики.
20. Распределительная логистика как часть логистической системы. Особенности управления товародвижением в логистической системе.
21. Область исследований в распределительной логистике.
22. Предмет изучения распределительной логистики. Экономическая сущность распределительной логистики.
23. Задачи распределительной логистики
24. Функции распределительной логистики
25. Основные понятия, используемые в распределительной логистике: логистический канал; логистическая цепь; посредники (торговые и логистические); управление заказами, поставками, логистическим сервисом
26. Взаимосвязь и различия логистики и маркетинга
27. Базовые логистические концепции управления процессами распределения. «Толкающие» и «тянущие» системы управления товарными потоками и запасами
28. Понятие маркетингового канала в современной интерпретации
29. Виды других каналов: принадлежности, переговоров, финансирования, продвижения, логистики

30. Понятие логистической цепи и её отличия от маркетингового канала. Функции каналов дистрибуции. Основные характеристики логистической цепи.
31. Проблемы управления в логистических цепях. Барьеры в логистической цепи
32. Формы движения материального потока - транзитная и складская. Прямые, эшелонированные и смешанные логистические каналы.
33. Торговые и логистические посредники в каналах, их функции.
34. Типы посредников (зависимые и независимые).
35. Стратегии в логистических каналах: охвата рынка (территории), потребителей, ассортимента.
36. Основные методы, применяемые при анализе и проектировании каналов. Сущность каждого метода, его достоинства и недостатки.
37. Систематизация методов анализа и проектирования логистических каналов. Основной и общий недостаток приведенных методов
38. Процесс упорядочения участников канала распределения как сущность его трансформации в логистическую цепь дистрибуции (ЛДЦ).
39. Структура процесса формирования ЛДЦ: организационная и эксплуатационная фазы. Схема процесса формирования ЛДЦ.
40. Описание процедур, реализуемых на разных стадиях. Основные этапы и процедуры на стадии предпроектной подготовки. Основные этапы разработки ЛДЦ на стадии проектирования
41. Задача разработки показателей оценки уровней ЛДЦ. Критерии выбора посредников и показатели их оценки по этим критериям. Характеристика критериев.
42. Управление логистической деятельностью на этапе распределения: последовательность процедур
43. Управление заказами как функция распределительной логистики.
44. Значение эффективного управления поставками в распределительной логистике. Понятие поставки.
45. Задачи управления поставками
46. Дисциплина обслуживания. Классификация поставок по срокам
47. Анализ выполнения плана (программы) поставок. Содержание анализа договорных обязательств
48. Оценка выполнения контракта по объему поставки. Оценка договорных обязательств по равномерности и ритмичности поставок
49. Управление возвратным процессом и его эффективность
50. Реверсивная логистика
51. Факторы, влияющие на возникновение конфликтов. Понятие конфликта в канале. Виды конфликтов.
52. Три основных источника конфликтов: несоответствие целей; разногласия относительно сфер деятельности; различия в восприятии действительности.
53. Особенности неконструктивного и конструктивного конфликтов.
54. Виды стратегий разрешения конфликтов: информационно-активные, информационно-защитные.
55. Формирование системы логистического сервиса
56. Критерии качества логистического обслуживания
57. Обобщенная оценка уровня логистического обслуживания
58. Сущность, предпосылки развития, преимущества и недостатки логистического аутсорсинга
59. Сущность, классификация и этапы формирования логистических провайдеров

60. Аналитика зарубежного и отечественного опыта логистического аутсорсинга
61. Управление качеством логистических услуг. Сертификация 3PL провайдеров
62. Понятие, виды и назначение логистических центров
63. Требования, предъявляемые к современным транспортно-логистическим центрам
64. Основные направления создания и развития логистических центров в Республике Беларусь