

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: заместитель директора
Дата подписания: 14.01.2026 12:53:46
Уникальный программный ключ:
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

Приложение 4

к образовательной программе

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

**для текущего контроля успеваемости и
промежуточной аттестации обучающихся**

ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Логистика в сфере услуг

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Менеджмент непроизводственной сферы

(наименование образовательной программы)

бакалавр

(квалификация)

очная

(форма обучения)

Год набора - 2024

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) ФОС:

Близкая Н.В., старший преподаватель кафедры маркетинга и логистики

РАЗДЕЛ 1.
ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
 по дисциплине (модулю) «Логистика в сфере услуг»
Основные сведения о дисциплине (модуле)

Характеристика дисциплины (модуля) (сведения соответствуют разделу РПД)

Таблица 1

Образовательная программа	бакалавриат
Направление подготовки	38.03.02. Менеджмент
Профиль	«Менеджмент непроеизводственной сферы»
Количество разделов дисциплины	2
Часть образовательной программы	Формируемая участниками образовательных отношений Б1.В.19
Формы текущего контроля	Текущий контроль (устный опрос, тестовые задания, ситуационные задания, доклад, реферат, индивидуальное задание, контроль знаний)
<i>Показатели</i>	Очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	3
Семестр	7
Общая трудоемкость (академ. часов)	108
<i>Аудиторная контактная работа:</i>	44
Лекционные занятия	14
Семинарские занятия	28
<i>Самостоятельная работа</i>	60
Консультация	2
<i>Контроль</i>	4
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	Зачет с оценкой

1.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы.

Таблица 2

Перечень компетенций и их элементов

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
УК ОС-2.1.	Составляет планы и прогнозы управления цепями поставок	Знать:	
		демонстрирует поверхностные знания методов составления планов и прогнозов управления цепями поставок	УК ОС-2.1. 3-1
		демонстрирует знания методов составления планов и прогнозов управления цепями поставок	УК ОС-2.1. 3-2
		уверенно демонстрирует знания методов составления планов и прогнозов управления цепями поставок	УК ОС-2.1. 3-3

		Уметь:	
		недостаточно эффективно умеет составлять планы и прогнозы управления цепями поставок	УК ОС-2.1. У-1
		умеет составлять планы и прогнозы управления цепями поставок	УК ОС-2.1. У-2
		эффективно умеет составлять планы и прогнозы управления цепями поставок	УК ОС-2.1. У-3
		Владеть:	
		слабо владеет навыками составления планов и прогнозов управления цепями поставок	УК ОС-2.1. В-1
		владеет навыками составления планов и прогнозов управления цепями поставок	УК ОС-2.1. В-2
		уверенно владеет навыками составления планов и прогнозов управления цепями поставок	УК ОС-2.1. В-3
ПКс-4.1.	Способен координировать маркетинговые исследования с целью определения перспектив развития организации; демонстрирует навыки анализа эффективности логистических процессов предприятия; определения и разработки мероприятий по материально-техническому обеспечению корпоративного транспорта	Знать:	
		демонстрирует поверхностные знания методов координирования маркетинговых исследований с целью определения перспектив развития организации; анализа эффективности логистических процессов предприятия; определения и разработки мероприятий по материально-техническому обеспечению корпоративного транспорта	ПКс-4.1. 3-1
		демонстрирует знания методов координирования маркетинговых исследований с целью определения перспектив развития организации; анализа эффективности логистических процессов предприятия; определения и разработки мероприятий по материально-техническому обеспечению корпоративного транспорта	ПКс-4.1. 3-2
		уверенно демонстрирует знания методов координирования маркетинговых исследований с целью определения перспектив развития организации; анализа эффективности логистических процессов предприятия; определения и разработки мероприятий по материально-техническому обеспечению корпоративного транспорта	ПКс-4.1. 3-3
		Уметь:	

	недостаточно эффективно умеет координировать маркетинговые исследования с целью определения перспектив развития организации; анализировать эффективность логистических процессов предприятия; определять и разрабатывать мероприятия по материально-техническому обеспечению корпоративного транспорта	ПКс-4.1. У-1
	умеет координировать маркетинговые исследования с целью определения перспектив развития организации; анализировать эффективность логистических процессов предприятия; определять и разрабатывать мероприятия по материально-техническому обеспечению корпоративного транспорта	ПКс-4.1. У-2
	эффективно умеет координировать маркетинговые исследования с целью определения перспектив развития организации; анализировать эффективность логистических процессов предприятия; определять и разрабатывать мероприятия по материально-техническому обеспечению корпоративного транспорта	ПКс-4.1. У-3
	Владеть:	
	слабо владеет навыками координирования маркетинговых исследований с целью определения перспектив развития организации; анализа эффективности логистических процессов предприятия; определения и разработки мероприятий по материально-техническому обеспечению корпоративного транспорта	ПКс-4.1. В-1
	владеет навыками координирования маркетинговых исследований с целью определения перспектив развития организации; анализа эффективности логистических процессов предприятия; определения и разработки мероприятий по материально-техническому обеспечению корпоративного транспорта	ПКс-4.1. В-2
	уверенно владеет навыками координирования маркетинговых исследований с целью определения перспектив развития организации; анализа эффективности логистических процессов предприятия; определения	ПКс-4.1. В-3

		и разработки мероприятий по материально-техническому обеспечению корпоративного транспорта	
--	--	--	--

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Номер семестра	Код индикатора компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
Раздел 1. Роль логистики в обслуживании потребителей				
3	Тема 1.1. Сущность, виды и этапы обслуживания потребителей	7	УК ОС-2.1., ПКс-4.1.	устный опрос, реферат/доклад, тестирование
4	Тема 1.2. Основные принципы формирования систем обслуживания. Документация системы ЛО	7	УК ОС-2.1., ПКс-4.1.	устный опрос, рефераты/доклады
5	Тема 1.3. Современные системы формирования партнерских отношений с клиентами. Сегментирование рынка ЛО	7	УК ОС-2.1., ПКс-4.1.	устный опрос, рефераты/доклады; контроль знаний по разделу
Раздел 2. Управление логистическим обслуживанием				
4	Тема 2.1. Стандарты ЛО. Затраты на ЛО.	7	УК ОС-2.1., ПКс-4.1.	устный опрос, тестовые задания, рефераты/доклады
5	Тема 2.2. Методы оценки уровня обслуживания. Виды стратегий ЛО.	7	УК ОС-2.1., ПКс-4.1.	устный опрос, практические задания, рефераты/доклады
6	Тема 2.3. Показатели качества логистического обслуживания клиента	7	УК ОС-2.1., ПКс-4.1.	устный опрос, рефераты/доклады контроль знаний по разделу

**РАЗДЕЛ 2.
ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
«Логистика в сфере услуг»**

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся.

В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания, обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины (модуля).

Таблица 2.1.

**Распределение баллов по видам учебной деятельности
(балльно-рейтинговая система)**

Наименование Раздела/Темы	Вид задания							
	ПЗ / СЗ				Всего за тему	КЗР	Р (СР)	ИЗ*
	ЛЗ	УО*	ТЗ*	СЗ*				
Р.1.Т.1.1	3	3	3	3	12	10		7
Р.1.Т.1.2	3	3	3	3	12			
Р.2.Т.2.1	3	3	3	3	12	10	6	7
Р.2.Т.2.2	3	3	3	3	12			
Р.2.Т.2.3	3	3	3	3	12			
Итого: 100б	15	15	15	30	60	20	6	14

ЛЗ – лекционное занятие; УО – устный опрос;

ТЗ – тестовое задание;

РЗ – разноуровневые задания;

* другие с виды используемых заданий, предложенных в приложении 1 ПЗ – практическое занятие;

СЗ – семинарское занятие;

КЗР – контроль знаний по Разделу; Р – реферат.

СР – самостоятельная работа обучающегося ИЗ – индивидуальное задание

2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля и подготовки обучающихся к изучению новой темы вначале каждого практического занятия проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);

полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);

сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);

логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);

рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);

своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);

рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется растянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей обучающихся).

ТИПОВЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ УСТНОГО ОПРОСА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Раздел 1. Роль логистики в обслуживании потребителей Тема 1.1. Сущность, виды и этапы обслуживания потребителей

1. Почему возрос интерес к сфере обслуживания?
2. Раскройте тенденцию совокупного предложения современной экономики.
3. Какова основная цель обслуживания клиентов? Что еще увеличивает полезность продукта?
4. Охарактеризуйте определение «обслуживание потребителя». Можно ли отождествлять понятия «обслуживание потребителей» и «сервисное деятельность»(техническое обслуживание, maintenance)?
5. Раскройте различные подходы к трактовке обслуживания потребителя (как деятельность, как критерий качества работы, как философия).
6. Какие используют основные классификационные признаки видов обслуживания (временной признак).
7. Охарактеризуйте предпродажное обслуживание.
8. Приведите примеры элементов предпродажного обслуживания.
9. Охарактеризуйте ключевые элементы предпродажных элементов обслуживания.
10. Охарактеризуйте во время продажное обслуживание.
11. Мониторинг каких элементов необходимо осуществлять для улучшения качества во время продажного обслуживания?
12. Охарактеризуйте послепродажное обслуживание.
13. Раскройте ключевые составляющие послепродажных элементов обслуживания.

Тема 1.2. Основные принципы формирования систем обслуживания.

Документация системы логистического обслуживания

1. Приведите факторы, обуславливающие рост значения логистического обслуживания.
2. В чем сущность логистического обслуживания?
3. Охарактеризуйте элементы обслуживания клиентов.
4. Что следует понимать под элементом гибкость?
5. Что включает себя понятие «удобство» в системе логистического обслуживания?
6. Приведите интегрированные функции управления товарами в логистических сетях.
7. Раскройте экономические черты логистического продукта.
8. Охарактеризуйте взаимосвязь величины предложения логистического продукта и его жизненного цикла.
9. Логистические услуги и их виды.
10. Формирование цикла жизни логистической услуги.
11. Черты логистической услуги как центрального элемента логистического продукта.
12. Проектирование логистической услуги.
13. Классификация логистических услуг.
14. Основные этапы логистического обслуживания.
15. Составляющие процесса обслуживания.
16. Концепция цикла заказа в управлении обслуживанием клиентов.
17. Принципы формирования систем обслуживания.
18. Документация систем логистического обслуживания.

Тема 1.3. Современные системы формирования партнерских отношений с клиентами. Сегментирование рынка логистического обслуживания.

1. CRM - современная система формирования партнерских

- отношений с клиентами.
2. Охарактеризуйте концепцию Quick Response (QR).
 3. Охарактеризуйте концепцию Эффективное обслуживание клиентов (англ. — Efficient Consumer Response (ECR)).
 4. Проведите сравнительную характеристику модели быстрого обслуживания клиента (ECR) с традиционными цепями поставок
 5. Охарактеризуйте концепцию бережливого управления в розничной торговле" (Lean Retailing).
 6. Лояльные клиенты и их обслуживание.
 7. В чем преимущества и недостатки создания лояльности клиентов?
 8. Логистика в вовремя удовлетворения жалоб.
 9. Сегментирование рынка логистического обслуживания.
 10. Дайте характеристику матрицы рентабельности клиентов.
 11. Стратегии обслуживания, направленные на увеличение прибыли.

Раздел 2. Управление логистическим обслуживанием Тема 2.1. Стандарты ЛО. Затраты на ЛО.

1. Приведите примеры стандартов обслуживания клиента для логистической компании.
2. Как элементы логистического обслуживания воплощают в стандарты обслуживания?
3. В чем заключается необходимость формирования приоритетов в обслуживании клиентов и дифференциации стандартов их обслуживания?
4. Какие виды расходов содержат расходы заказа?
5. Дайте характеристику составляющих полных затрат на логистическое обслуживание клиентов.
6. Дайте характеристику расходам исчерпания запасов.
7. Дайте характеристику затратам несовершенного обслуживания.

Тема 2.2. Методы оценки уровня обслуживания. Виды стратегий ЛО.

1. Дайте характеристику методов оценки уровня обслуживания.
2. Какие факторы обусловят оптимальный уровень обслуживания клиента?
3. Дайте характеристику основным источникам информации для обоснования уровня обслуживания клиента.
4. Дайте определение понятию «логистическая стратегия».
5. Дайте характеристику ключевых решений, которые принимаются при разработке политики "смешанного обслуживания".
6. В чем заключается смысл стратегического решения планирования обслуживания?

Тема 2.3. Показатели качества логистического обслуживания клиента

1. Дайте характеристику показателей качества логистического обслуживания клиента.
2. На каких концепциях базируется оценка качества? Охарактеризуйте их.
4. Раскройте общепринятые принципы контроля качества обслуживания потребителей.
5. Приведите примеры показателей качества.
7. Раскройте концепцию измерения обслуживания клиента В. Блэдинга.
8. Дайте сравнительную характеристику концептуальных составляющих ISO

9000 и TQM.

9. Дайте определение термина «стандарт».
10. Дайте определение термина «стандартизация».

2.2 Рекомендации по оцениванию результатов тестовых заданий обучающихся

В завершении изучения каждого раздела дисциплины (модуля) может проводиться тестирование (контроль знаний по разделу, рубежный контроль).

Критерии оценивания. Уровень выполнения текущих тестовых заданий оценивается в баллах. Максимальное количество баллов по тестовым

заданиям определяется преподавателям и представлено в таблице 2.1.

Тестовые задания представлены в виде оценочных средств и в полном объеме представлены в банке тестовых заданий в электронном виде. В фонде оценочных средств представлены типовые тестовые задания, разработанные для изучения дисциплины «Логистический сервис».

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Из приведенных ниже тестовых вопросов выберите один верный вариант ответа

Раздел 1. Роль логистики в обслуживании потребителей Тема 1.1. Сущность, виды и этапы обслуживания потребителей

1. К социальным услугам относятся:

- а) банковские,
- б) инжиниринговые,
- в) образовательные,
- г) ресторанные,
- д) страховые.

2. Услуги - это:

- а) деятельность, процесс
- б) вещь, предмет
- в) материальное благо,
- г) нематериальное благо.

3. Какое из перечисленных свойств не присуще услугам?

- а) качественная определенность,
- б) недолговечность,
- в) невозможность перепродажи,,
- г) невозможность транспортировки традиционным способом, д) неосвязаемость.

4. Классификация услуг не предусматривает такую цель, как:

- а) изучение демографического состава населения, б) изучения спроса на услуги,
- в) учет предоставления услуг предприятиями и организациями различных организационно – правовых форм собственности,
- г) гармонизацию национальных и международных классификаций услуг.

5. Одной из особенностью рынка услуг является:

- а) важная роль неценовых барьеров входа на указанный рынок,
- б) низкая скорость оборота капитала, в) низкий уровень адаптивности,
- г) слабая сегментированность.

6. Рынок услуг характеризуется:

- а) важной ролью и «массовостью» малого и среднего бизнеса – производителя услуг,
- б) четкой обособленностью от рынка физических товаров, в) слабовыраженной

дифференциацией услуг как рыночного продукта.

7. Отметьте положения, являющиеся залогом получения прибыли малыми предприятиями сферы услуг:

- а) предоставление уникальной услуги,
- б) наличие квалифицированных работников,
- в) наличие постоянных клиентов,
- г) адекватная государственная поддержка.

8. Как называется комплекс осязаемых и неосязаемых факторов, включающий в себя не только материальный компонент, а также упаковку, цвет, габариты, дизайн, цену, но и услуги как набор определенных действий, престиж производителя и торгового посредника?

- а) товар;
- б) услуга;
- в) маркетинг;
- г) менеджмент.

11. Как называется совокупность услуг, оказываемых в процессе поставки продукции потребителям?

- а) логистический процесс; б) логистический сервис;
- в) логистический комплекс;
- г) логистическое звено.

12. Для эффективного планирования и координации деятельности по оказанию услуг необходимы:

- а) информация о конкурентах;
- б) точные прогнозы спроса;
- в) сведения о динамике валюты;
- г) документы по финансовым расчетам.

Раздел 2. Управление логистическим обслуживанием Тема 2.1. Стандарты ЛО. Затраты на ЛО.

1. Чем определяется место управления запасами в системе менеджмента организации, оказывающей услуги?

- а) уровнем обслуживания;
- б) ролью разнообразных материальных предметов в процессе обслуживания клиентов;
- в) требовательностью клиентов;
- г) особенностями рекламного текста на упаковке товаров.

2. Связано ли с риском управление запасами?

- а) да;
- б) нет;
- в) иногда.

3. Как оценивается значимость каждого из видов транспорта

- а) по виду транспортной упаковки; б) протяженности магистралей;
- в) размеру грузовой единицы.

4. Какими существенными особенностями отличаются транспортные услуги?

- а) транспорт не располагает большими возможностями для сглаживания колебаний спроса;
- б) транспорт располагает большими возможностями для сглаживания колебаний спроса;

в) влияют на конкурентоспособность.

5. Как называется процесс предоставления определенного комплекса услуг потребителям материальных потоков в ходе непосредственной поставки им товаров?

- а) логистическое звено;
- б) логистическое исследование;
- в) логистический процесс;
- г) логистическое обслуживание.

6. Может ли логистическое обслуживание осуществляться полностью самим предприятием-изготовителем?

- а) да;
- б) нет.

7. Могут ли логистические услуги оказываться в процессе реализации товаров?

- а) да;
- б) нет.

8. Как называются работы и операции, обеспечивающие эффективное продвижение материальных потоков и доставку продукции назначения в точном соответствии с заказами потребителя?

- а) предпродажные услуги;
- б) логистические услуги, оказываемые в процессе реализации товаров;
- в) послепродажные услуги.

9. Выберите правильное утверждение. Прогнозирование:

- а) лежит в основе маркетинговых исследований;
- б) помогает составлять финансовые отчеты;
- в) позволяет своевременно изменять загрузку мощностей предприятия; г) исследует экономику предприятия.

10. Какими существенными особенностями отличаются транспортные услуги? Указать все верные ответы:

- а) являются осязаемыми;
- б) не могут накапливаться;
- в) не подвержены колебаниям спроса;
- г) оказываются коллективно

Тема 2.2. Показатели качества логистического обслуживания клиента

1. Укажите все верные ответы. По признаку времени экономические прогнозы бывают:

- а) краткосрочными;
- б) матричными;
- в) организационными;
- г) маркетинговыми.

2. По способам представления результатов прогнозы бывают:

- а) интервальными;
- б) функциональными;
- в) оперативными;
- г) дивизиональными.

3. Система научных исследований качественного и количественного характера, направленных на выяснение тенденций развития, становления, распространения чего-либо, — это:

- а) планирование;

- б) менеджмент;
- в) маркетинг;
- г) прогнозирование.

4. Находящиеся на разных стадиях производства и обращения продукция производственного назначения, изделия народного потребления и другие товары — это:

- а) услуги;
- б) материальные запасы;
- в) финансовые резервы;
- г) информационные ресурсы.

5. Максимальный желательный запас:

- а) это экономически целесообразный в данной системе управления запас, служит для ориентирования расчета объема заказа;
- б) используется для определения времени выдачи очередного заказа; в) соответствует уровню запаса в любой момент времени;
- г) это аналог страхового запаса.

6. Пороговый уровень запаса:

- а) это экономически целесообразный в данной системе управления запас, служит для расчета объема заказа;
- б) используется для определения времени выдачи очередник заказа; в) соответствует уровню запаса в любой момент времени; .
- г) это аналог максимального желательного запаса.

7. Текущий запас:

- а) это экономически целесообразный в данной системе управления запас, служит для расчета объема заказа;
- б) используется для определения времени выдачи очередного заказа; в) соответствует уровню запаса в любой момент времени;
- г) это аналог порогового уровня запаса.

8. Какими существенными особенностями отличаются транспортные услуги?

Указать все верные ответы:

- а) являются осязаемыми;
- б) не могут накапливаться;
- в) не подвержены колебаниям спроса; г) оказываются коллективно.

9. Как называется плата, взыскиваемая за перевозку грузов?

- а) тариф;
- б) цена;
- в) стоимость;
- г) себестоимость.

2.3 Рекомендации по оцениванию результатов ситуационных заданий

Максимальное количество баллов - 3	Правильность (ошибочность) решения
Отлично	3 балла - Полные верные ответы. В логичном рассуждении при ответах нет ошибок, задание полностью выполнено. Получены правильные ответы, ясно прописанные во всех строках заданий и таблиц

Хорошо	2 балла - Верные ответы, но имеются небольшие неточности, в целом не влияющие на последовательность событий, такие как небольшие пропуски, не связанные с основным содержанием изложения. Задание оформлено не вполне аккуратно, но это не мешает пониманию вопроса
Удовлетворительно	1 балл - Ответы в целом верные. В работе присутствуют незначительная хронологическая или историческая ошибки, механическая ошибка или описка, несколько искажившие логическую последовательность ответа
	Допущены более трех ошибок в логическом рассуждении, последовательности событий и установлении дат. При объяснении исторических событий и явлений указаны не все существенные факты
Неудовлетворительно	Ответы неверные или отсутствуют

ТИПОВЫЕ СИТУАЦИОННЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Ситуация 1 к теме Тема 1.2. Современные системы формирования партнерских отношений с клиентами. Сегментирование рынка логистического обслуживания.

«Управление запасами в обслуживании пассажиров авиакомпании»

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

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

Значительный вклад в достижение новых корпоративных целей вносит фирма British Airway Catering, входящая в состав департамента BA по обслуживанию пассажиров. Она отвечает за доставку десятков миллионов порций бортового питания для пассажиров, подготовленных фирмами- посредниками, находящимися в аэропортах Хитроу и Гэтвик, или другими мелкими дочерними компаниями, расположенными во многих странах мира. Объем операций является весьма значительным. Только через лондонские предприятия

питания по ее заказам проходит ежегодно 250 тонн куриного мяса, 73 тонны яиц, 38 000 ящиков вина и шампанского. BA Catering стремится повысить качество приготовляемых блюд, сухих продуктов длительного хранения, а также непищевых товаров, таких как керамическая, стеклянная посуда, одеяла, а также устройств для перемещения и разогрева еды борту самолета. Только для обеспечения одного взлета Jumbo Jet и этой цепи поставок проходит около 40 000 наименований товаров.

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

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

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

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

В долгосрочном плане наиболее важным оказалось получение данных, показавших руководителям групп материального снабжения BA Catering наличие связи между сроками выполнения заказов, точностью и затратами. Удалось также установить, что сокращение издержек не обязательно должно достигаться за счет снижения уровня

обслуживания. Эта информация помогла руководителям групп подготовиться к внедрению более совершенных методов управления системами поставок.

В компании началось внедрение многочисленных вспомогательных систем управления, основанных на использовании программного обеспечения ESS. Эти системы имели важнейшее значение для реализации более широкой программы модернизации цепи поставки BA Catering, получившей название

«Supply Change Project» и способной экономить десятки млн фунтов. Система ESS допускает совместную работу программных средств планирования BA Catering с общей базой данных BA о своих постоянных клиентах, являющихся высшими руководителями крупных фирм. За счет интеграции основных поставщиков в единую систему снабжения и проверки соответствия уровней запасов количеству проданных билетов BA Catering получает возможность свести количество хранящихся продуктов к оптимальному уровню и отследить его изменения для отдельных направлений, рейсов или даже конкретных групп клиентов.

Эта система позволяет также вести контроль и непивцевых .продуктов, поэтому она предоставляет дополнительные возможности по улучшению обслуживания пассажиров за счет более быстрой реакции на их индивидуальные предпочтения. Например, постоянным клиентам, являющимся обладателями специальной «Золотой карточки» на борту самолета предлагается бокал любимого вина или последний мер интересующего их журнала. Данная система позволяет BA точно рассчитать реальные затраты на предоставление этих и многих других услуг, а также осуществлять разумное и более точное планирование будущих инноваций в области сервиса.

Вопросы к ситуации

1. В чем состоит причина постепенного отказа British Airway от стратегии ориентации только на обслуживание?
2. Насколько важную роль играет British Airway Catering в процессах обслуживания клиентов авиакомпании?
3. Каковы основные причины накопления излишних запасом |в сети оптовых снабженческих баз?
4. С какой целью фирмы посредники создавали значительные резервы в системе материальных запасов?
5. Какие негативные последствия вызывали предыдущие решения по снижению издержек? В чем состоял недостаток использования для перевозок свободного пространства в самолетах BA?
6. Для чего BA Catering нужна была новая система управления запасами?
7. В чем состоял краткосрочный план совершенствования материально-технического снабжения BA Catering?
8. Какие инновации предусмотрены в долгосрочном плане? Возможно ли было реализовать эти мероприятия в краткосрочном периоде?
9. Что дала для обслуживания пассажиров авиакомпании интеграция программных средств планирования цепи снабжения?

Ситуация 2 к Теме 2.2. Методы оценки уровня обслуживания. Виды стратегий ЛО.

Определите, какие стратегические решения в области логистики должен принять вице-президент компании «Джиди» в дополнение к стратегии четкого обеспечения поставок и качественного обслуживания клиентуры. Компания

«Джиди» является небольшим производителем кровельного материала. Кровельный материал компания продает в штатах Флорида, Джорджия и Южная Каролина. Ежегодные

объемы продажи составляют 28 млн. долларов. Последние годы бизнес идет удачно и объемы продаж ежегодно растут.

Строительство домов и коттеджей на юге США постоянно увеличиваются. Это происходит в основном по причине того, что население страны после выхода на пенсию покупает или строит дома в теплом благодатном климате южных штатов и переезжает туда на постоянное место жительства.

Темпы роста строительства домов и коттеджей в этом районе более высокие, чем в целом по стране. Помимо «Джиди» в этом регионе США действуют и другие фирмы - производители кровельных материалов, которые начали открывать здесь свои производства или строить распределительные склады (distribution centers).

За последние годы конкуренция на рынке строительства домов в этом регионе сильно возросла. Цены на строительные, в том числе и на кровельные материалы, пошли вниз. Строительные компании также испытывают конкуренцию и в переговорах с производителями настаивают на постоянном снижении цен.

В сложившихся условиях президент компании «Джиди» встретился со старшим руководящим составом фирмы для разработки стратегии. Было решено, что компания должна стать дешевым производителем высококачественного кровельного материала. Только это ей позволит оставаться конкурентоспособным предприятием и сохранить уровень доходов. Оба небольших завода компании должны работать с максимальной эффективностью и на полную мощность. Если уровень производства упадет, то простой оборудования вызовет рост непроизводительных расходов и издержек производства, а, следовательно, цены продукции, что чревато потерей рынков сбыта.

Вице-президент по логистике компании также присутствовал на общем совещании руководства, на котором была определена стратегия фирмы – «низкие цены и высокое качество».

Смысл логистических операций состоит в том, что компания обладает 35 грузовиками, которые оперативно по заказам клиентуры и в строго определенные сроки завозят материалы на строительные площадки. Эти же грузовики доставляют материалы с двух заводов на четыре склада, расположенные в штатах Атланта, Джорджия, Колумбия и Южная Каролина. Каждый из четырех складов содержит полный набор всей продукции компании. Из-за некоторого снижения сбыта, вызванного возросшей конкуренцией, все четыре склада в настоящее время заполнены продукцией. Приходится даже использовать в полной мере заводские склады. Основной целью стратегии компании в области логистики, по мнению вице-президента, должно стать поддержание на высшем уровне обслуживания заказчиков. Удалось установить, что основной конкурент компании «Джиди» не имеет своих складов и осуществляет поставки кровельных материалов с арендованных складов грузовиками автотранспортных фирм. Кроме того, водители этих грузовиков никак не участвуют в процессе погрузки и разгрузки грузов в отличие от водителей «Джиди», которые всегда помогают на строительных площадках. Использование конкурентом компании грузовиков автотранспортных фирм приводит к тому, что имеют место задержки в доставке. Вице-президент по логистике «Джиди» понимает, что если уровень обеспечения поставок и уровень обслуживания клиентуры упадет, это, в условиях возросшей конкуренции, приведет к краху компании.

Тема 2.3. Показатели качества логистического обслуживания клиента

Практические задания

Задача 1. В Вашу консультационную фирму обратилась голландская компания с вопросом: где ей выгоднее закупать комплектующие: в Европе или в Юго-Восточной Азии?

Исходные данные:

1. удельная стоимость поставляемого груза - 3000 долл. США / 1 куб. м.;
2. транспортный тариф - 105 долл. США / куб, м.;
3. импортная пошлина на товар из Юго-Восточной Азии - 12%;
4. ставка на запасы: в пути - 1,9%, страховые - 0,8%;
5. стоимость товара: в Европе - 108 долл. США, в Юго-Восточной Азии - 89.

Дайте ответ голландской компании.

Задача 2. Грузооборот склада равен 3000 тонн в месяц. 15 процентов грузов проходит через участок приемки. Через приёмочную экспедицию за месяц проходит 600 тонн грузов. Сколько тонн в месяц проходит напрямую из участка разгрузки на участок хранения? Принять во внимание, что из приемочной экспедиции на участок приемки поступает в месяц 200 тонн грузов.

Задача 3. Какие обязанности будут возложены Вами на агентскую фирму в этом проекте договора? Оговорите также предельные полномочия Вашего агента и те условия, которые Вы готовы взять на себя. (3 балла) Предположим, что предприятие, на котором Вы работаете, приступило к выпуску бытовых кондиционеров, конкурентоспособных на внешних рынках. Для предстоящих переговоров с потенциальными покупателями необходимо разработать основные условия проекта агентского договора, в котором будут предусмотрены взаимные права и обязанности агентов и принципалов. (Производительность предприятия на начальном этапе 10 тыс. штук в год с возрастанием объема производства до 50 тыс. к 2020г).

2.4. Рекомендации по оцениванию эссе (рефератов, докладов, сообщений).

Максимальное количество баллов - 6	Критерии
Отлично	6 баллов -Выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. 5 баллов - Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.

Хорошо	4 баллов - Выставляется обучающемуся, если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. 3 балла - Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы.
Удовлетворительно	2 балла - Выставляется обучающемуся, если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы.
Неудовлетворительно	1 балл- Выставляется обучающемуся, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

ТЕМЫ ЭССЕ (РЕФЕРАТОВ, ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ) ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Раздел 1. Роль логистики в обслуживании потребителей

Тема 1.1. Сущность, виды и этапы обслуживания потребителей

1. Внутрипроизводственная логистика предприятия
2. Логистика снабжения промышленного (строительного) предприятия (производства, фирмы, корпорации)
3. Формирование (развитие) логистической системы предприятия
4. Заготовительная (закупочная) логистика производственной (торговой) компании
5. Информационное обеспечение логистических процессов в закупочной (распределительной, коммерческой) деятельности производственного (торгового) предприятия (сети)
6. Стратегии формирования цепей поставок на товарных рынках
7. Организация интегрированного взаимодействия в цепях поставок
8. Организация логистической деятельности в малом бизнесе.
9. Оптимизация логистических издержек производственных (торговых, сервисных) предприятий
10. Логистический подход к повышению конкурентоспособности

предприятия на рынке

Тема 1.2. Основные принципы формирования систем обслуживания. Документация системы логистического обслуживания

1. Формирование (оптимизация) системы управления логистическими потоками в биржевой торговле (в сфере туризма; в банковской сфере и т.п.).
2. Формирование системы контроллинга логистической деятельности компании
3. Обоснование выбора транспортно-технологической схемы доставки грузов
4. Управление рисками в цепях поставок
5. Организация управления логистическими центрами (комплексами)
6. Эффективность организации грузовых перевозок (по видам транспорта)
7. Логистическая координация участников транспортного процесса (железнодорожных компаний, морских портов, автоперевозчиков и пр.)
8. Организация автомобильных (морских, железнодорожных, авиационных и пр.) перевозок
9. Организация перевозок (опасных, скоропортящихся, негабаритных) грузов.
10. Организация взаимодействия участников внешнеэкономической деятельности и логистических операторов

Тема 1.3. Современные системы формирования партнерских отношений с клиентами. Сегментирование рынка логистического обслуживания.

1. CRM - современная система формирования партнерских отношений с клиентами.
2. Охарактеризуйте концепцию Quick Response (QR).
3. Охарактеризуйте концепцию Эффективное обслуживание клиентов (англ. — Efficient Consumer Response (ECR)).
4. Проведите сравнительную характеристику модели быстрого обслуживания клиента (ECR) с традиционными цепями поставок
5. Охарактеризуйте концепцию бережливого управления в розничной торговле" (Lean Retailing).
6. Лояльные клиенты и их обслуживание.
7. В чем преимущества и недостатки создания лояльности клиентов?
8. Логистика в вовремя удовлетворения жалоб.
9. Сегментирование рынка логистического обслуживания.
10. Дайте характеристику матрицы рентабельности клиентов.
11. Стратегии обслуживания, направленные на увеличение прибыли.

Раздел 2. Управление логистическим обслуживанием

Тема 2.1. Стандарты ЛО. Затраты на ЛО.

1. Эффективность логистической деятельности торгового предприятия
2. Управление логистическими затратами предприятия (торгового

посредника)

3. Формирование транспортно-логистической инфраструктуры (страны, региона, предприятия)

4. Распределительная (сбытовая) логистика торговой (производственной) фирмы

5. Организация сервисной логистики в предпринимательских структурах

6. Логистическая система управления общественным транспортом в городском хозяйстве

7. Организация логистической деятельности в сфере услуг

8. Организация логистических процессов на складе

9. Эффективность применения тары (оборотной тары) в логистических системах

10. Эффективность управления логистическими системами (предприятия, региона и др.)

Тема 2.2. Методы оценки уровня обслуживания. Виды стратегий ЛО.

1. Организация мультимодальных перевозок грузов

2. Организация логистической деятельности интернет-компаний (сетевых компаний)

3. Формы и методы управления производственными запасами на промышленном предприятии.

4. Эффективность применения аутсорсинга производственными (торговыми, транспортными и пр.) компаниями.

5. Организация субконтрактинга в производственно-коммерческой деятельности

6. Организация логистической деятельности транспортно-экспедиторской фирмы.

7. Организация логистического посредничества на товарных рынках.

8. Взаимодействие логистики и маркетинга в предпринимательских структурах.

9. Формы и методы управления товарными запасами на предприятии (в отраслях промышленности, в оптовой или розничной торговле).

10. Логистическое обеспечение процессов электронной коммерции.

Тема 2.3. Показатели качества логистического обслуживания клиента

1. Логистический подход к организации коммерческой деятельности предприятия.

2. Информационное обеспечение логистических процессов в предпринимательских структурах.

3. Управление запасами материальных ресурсов на предприятии.

4. Управление цепями поставок на товарных рынках.

5. Интегрированное планирование в цепях поставок.

6. Внутрипроизводственная логистика (по отраслям).

7. Экономическое содержание логистики производства.

8. Логистический подход к организации производственно-коммерческой деятельности.

9. Микрологистические системы производственного предприятия.

10. Логистика снабжения производственного предприятия.

11. Инновации в закупочной (сбытовой) логистике.
12. Логистика закупок в малом бизнесе.
13. Стратегии формирования сервисных логистических альянсов на рынках.
14. Логистическая стратегия управления товародвижением.
15. Логистика в сфере услуг (туризм, гостиничное хозяйство, ресторанный бизнес и др.).
16. Логистика внешнеторговых операций предприятия.
17. Информационное обеспечение логистических процессов предприятия.
18. Складская логистика предприятия.
19. Управление логистическими рисками предприятия.
20. Логистика и интеграционные процессы в торговле.

2.3. Рекомендации по оцениванию результатов контроля знаний по разделу

Максимальное количество баллов -10	Критерии
Отлично	10 -9 баллов - Выставляется обучающемуся, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. 8-7 баллов - Обучающийся демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа
Хорошо	6 -5 баллов - Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа
Удовлетворительно	4-3 балла - Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ
Неудовлетворительно	2-1 балл - Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Задания к контролю знаний по разделу 1

Вариант 1

1. Раскройте различные подходы к трактовке обслуживания потребителя (как деятельность, как критерий качества работы, как философия).
2. В чем сущность логистического обслуживания? Охарактеризуйте элементы обслуживания клиентов.
3. CRM - современная система формирования партнерских отношений с клиентами.

Вариант 2

1. Охарактеризуйте предпродажное обслуживание. Приведите примеры элементов предпродажного обслуживания.
2. Логистические услуги и их виды. Формирование цикла жизни логистической услуги.
3. Дайте характеристику матрицы рентабельности клиентов. Стратегии обслуживания, направленные на увеличение прибыли.

Задания к контролю знаний по разделу 2

Вариант 1

1. Приведите примеры стандартов обслуживания клиента для логистической компании.
2. На каких концепциях базируется оценка качества? Охарактеризуйте их.

Практическое задание

3. Грузооборот склада равен 3000 тонн в месяц. 15 процентов грузов проходит через участок приемки. Через приёмочную экспедицию за месяц проходит 600 тонн грузов. Сколько тонн в месяц проходит напрямую из участка разгрузки на участок хранения? Принять во внимание, что из приемочной экспедиции на участок приемки поступает в месяц 200 тонн грузов.

Вариант 2

1. Дайте характеристику составляющих полных затрат на логистическое обслуживания клиентов.
2. Дайте характеристику показателей качества логистического обслуживания клиента.

Практическое задание

3. В Вашу консультационную фирму обратилась голландская компания с вопросом: где ей выгоднее закупать комплектующие: в Европе или в Юго-Восточной Азии? Исходные данные:

1. удельная стоимость поставляемого груза - 3000 долл. США / 1 куб. м.;
2. транспортный тариф - 105 долл. США / куб. м.;
3. импортная пошлина на товар из Юго-Восточной Азии - 12%;
4. ставка на запасы: в пути - 1,9%, страховые - 0,8%;
5. стоимость товара: в Европе - 108 долл. США, в Юго-Восточной Азии -

Дайте ответ голландской компании.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ С ОЦЕНКОЙ ПО РАЗДЕЛАМ (ТЕМАМ) ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Содержание оценочного средства (вопрос к зачету с оценкой)
Раздел 1. Тема 1.1.	
1	Почему возрос интерес к сфере обслуживания?
2	Раскройте тенденцию совокупного предложения современной экономики.
3	Какова основная цель обслуживания клиентов? Что еще увеличивает полезность продукта?
4	Охарактеризуйте определение «обслуживание потребителя». Можно ли отождествлять понятия «обслуживание потребителей» и «сервисное деятельность»(техническое обслуживание, maintenance)?
5	Раскройте различные подходы к трактовке обслуживания потребителя (как деятельность, как критерий качества работы, как философия).
6	Какие используют основные классификационные признаки видов обслуживания (временной признак).
7	Охарактеризуйте предпродажное обслуживание.
8	Приведите примеры элементов предпродажного обслуживания.
9	Охарактеризуйте ключевые элементы предпродажных элементов обслуживания.
Раздел 1. Тема 1.2.	
10	Приведите факторы, обуславливающие рост значения логистического обслуживания.
11	В чем сущность логистического обслуживания?
12	Охарактеризуйте элементы обслуживания клиентов.
13	Что следует понимать под элементом гибкость?
14	Что включает себя понятие «удобство» в системе логистического обслуживания?
15	Приведите интегрированные функции управления товарами в логистических сетях.
16	Раскройте экономические черты логистического продукта.
17	Охарактеризуйте взаимосвязь величины предложения логистического продукта и его жизненного цикла.
18	Логистические услуги и их виды.
19	Формирование цикла жизни логистической услуги.
20	Черты логистической услуги как центрального элемента логистического продукта.
21	Проектирование логистической услуги.
22	Классификация логистических услуг.
23	Основные этапы логистического обслуживания.
24	Составляющие процесса обслуживания.
25	Концепция цикла заказа в управлении обслуживанием клиентов.
26	Принципы формирования систем обслуживания.
27	Документация систем логистического обслуживания.
28	Приведите факторы, обуславливающие рост значения логистического обслуживания.
Раздел 1. Тема 1.3.	
29	CRM - современная система формирования партнерских отношений с клиентами.
30	Охарактеризуйте концепцию Quick Response (QR).
31	Охарактеризуйте концепцию Эффективное обслуживание клиентов (англ. — Efficient Consumer Response (ECR)).
32	Проведите сравнительную характеристику модели быстрого обслуживания клиента (ECR) с традиционными цепями поставок
33	Охарактеризуйте концепцию бережливого управления в розничной торговле" (Lean Retailing).
34	Лояльные клиенты и их обслуживание.

35	В чем преимущества и недостатки создания лояльности клиентов?
36	Логистика в вовремя удовлетворения жалоб.
37	Сегментирование рынка логистического обслуживания.
38	Дайте характеристику матрицы рентабельности клиентов.
39	Стратегии обслуживания, направленные на увеличение прибыли.
Раздел 2. Тема 2.1	
40	Приведите примеры стандартов обслуживания клиента для логистической компании.
41	Как элементы логистического обслуживания воплощают в стандарты обслуживания?
42	В чем заключается необходимость формирования приоритетов в обслуживании клиентов и дифференциации стандартов их обслуживания?
43	Какие виды расходов содержат расходы заказа?
44	Дайте характеристику составляющих полных затрат на логистическое обслуживание клиентов.
45	Дайте характеристику расходам исчерпания запасов.
46	Дайте характеристику затратам несовершенного обслуживания.
Раздел 2. Тема 2.2	
47	Дайте характеристику методов оценки уровня обслуживания.
48	Какие факторы обусловят оптимальный уровень обслуживания клиента?
49	Дайте характеристику основным источникам информации для обоснования
50	уровня обслуживания клиента.
51	Дайте определение понятию «логистическая стратегия».
52	Дайте характеристику ключевых решений, которые принимаются при
Раздел 2. Тема 2.3	
53	Дайте характеристику показателей качества логистического обслуживания клиента.
54	На каких концепциях базируется оценка качества? Охарактеризуйте их.
55	Раскройте общепринятые принципы контроля качества обслуживания потребителей.
56	Приведите примеры показателей качества.
57	Раскройте концепцию измерения обслуживания клиента В. Бландинга.
58	Дайте сравнительную характеристику концептуальных составляющих ISO 9000 и TQM.
59	Дайте определение термина «стандарт».
60	Дайте определение термина «стандартизация».