Приложение 6:

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Зав. кафедрой

логистики и коммерции

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.М.Каточков

**Методические рекомендации и задания к контрольной работе**

**для студентов заочной формы обучения**

**логистика в розничной торговле**

Наименование направления подготовки

***38.03.06 Торговое дело***

Наименование профиля

***«Логистика»***

Автор: С.В.Потапова

Екатеринбург

2019

*Содержание контрольной работы*

Контрольная работа по дисциплине «Логистика в розничной торговли» предполагает применение студентами нижеуказанной методики проведения первичного аудита розничной торговой точки. Студент самостоятельно выбирает объект исследования и осуществляет его оценочную характеристику.

**Методика проведения первичного аудита розничной торговой точки**

Данная методика применяется для оценки ряда ключевых параметров отдельных торговых точек, принадлежащих розничным торговым сетям, с точки зрения логистики розничной торговли.

**Раздел 1: «Размещение магазина».**

*1. Оценка общего местоположения и конкретного места:*

•район города;

•микрорайон;

•транспортная доступность;

•транспортные потоки;

•количество людей, живущих рядом/проезжающих мимо;

•условия для парковки;

•площадь магазина.

*2. Преимущества и недостатки расположения данного магазина*.

**Раздел 2: «Концепция торговли».**

*1. Маркетинговая стратегия магазина:*

•реклама;

•основные потребители;

•уровень и качество обслуживания;

•количество кассовых узлов;

•ассортимент магазина;

•имидж (позиционирование);

•доли различных товарных групп в общем объеме продаж;

•уровень цен;

•первоначальные предложения по улучшению маркетинга магазина.

*2. Конкуренция:*

•конкуренты;

•динамика посещения магазинов в течение недели и дня (с разбивкой на

выходные/будние дни и утро/день/вечер);

•строящиеся/планируемые магазины;

•SWOT-анализ рассматриваемого магазина;

•ранжировать все магазины по уровню конкурентоспособности и выделить лидера в районе.

*3. Существующая логистическая стратегия:*

•в какую сеть входит магазин;

•соотношение площади торгового зала и площади складских помещений;

•уровень применения информационных технологий в магазине (сканеры, штрихкоды, электронные весы и т. д.);

•уровень логистического обслуживания покупателей (доставка, выдача товара, возможность возврата товара и т. д.);

•организация закупок (выяснить, имеется ли распределительный центр);

•уровень самообслуживания (доступность товара в магазине);

•уровень защиты от краж;

•первоначальные предложения по улучшению логистики магазина.

**Список рекомендуемой литературы**

|  |
| --- |
| **Сайт** **библиотеки** **УрГЭУ**  http://lib.usue.ru/ |
|  |
| **Основная литература:** |
| 1. Альбеков А.У., Пархоменко Т.В.. Логистика[Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: Издательский Центр РИОР, 2016. - 404 с. |
|
| 2. Баженов Ю.К.. Розничная торговля в России[Электронный ресурс]:Монография. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017. - 239 с. |
| 3. Гаджинский А. М.. Проектирование товаропроводящих систем на основе логистики [Электронный ресурс]:учебник. - Москва: Дашков и К°, 2017. - 324 с. |
|  |
| **Дополнительная литература:** |
| 1. Иванов Г. Г., Холин Е.С.. Франчайзинг в торговле[Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: Издательский Дом "ФОРУМ", 2013. - 104 с. |
|
| 2. Чеглов В. П.. Инновационный ритейл. Организационное лидерство и эффективные технологии[Электронный ресурс]:Монография. - Москва: Издательский Дом "ФОРУМ", 2014. - 272 с. |