



Маркетинговая логистика.dor_БАК_25-070-Б

- 1 ... – это наука об организации, планировании, контроле и регулировании движения материальных и информационных потоков в пространстве и во времени от их первичного источника до конечного потребителя
- 2 ... – это рыночная концепция управления производственно-сбытовой и научно-технической деятельностью фирм и предприятий, направленная на изучение предпринимательской среды, рынка, конкретных запросов потребителей и ориентацию на них производимых товаров и услуг
- 3 Впервые в отечественной теории концептуальное понятие «маркетинговая логистика» было предложено профессором Георгием Леонидовичем ... в 1998 г.
- 4 ... логистика – это раздел предпринимательской логистики, включающий методологию, теорию, методику способы оптимизации (совершенствования) потоков всех видов, которые сопровождают маркетинговую деятельность
- 5 ... логистики является некоторый потоковый процесс (как правило, многозвенный и многослойный – материализованный, финансовый, информационный и др.)
- 6 ... логистика включает совокупность методов, с помощью которых в системе маркетинга осуществляются синтез, анализ и оптимизация потоков всех видов, сопровождающих товар или услугу от производителя до конкретного покупателя, а также коммуникации субъектов маркетинговой системы в процессе их взаимодействия
- 7 В 2006 г. появилось еще одно определение маркетинговой ... логистики, понимаемой как планирование, оперативное управление и контроль физических потоков материалов и готовых продуктов, начиная с мест возникновения потоков исходного сырья, комплектующих деталей и т.п. и заканчивая доведением конечных продуктов до потребителей
- 8 ... маркетинга – формирование и стимулирование спроса, обеспечение обоснованности принимаемых управленческих решений и планов работы фирмы (предприятия), а также расширение объемов продаж, рыночной доли и прибылей
- 9 Сопоставьте ключевые подходы в маркетинговой логистике с их характеристиками:





- 10) Расположите в хронологической последовательности этапы становления маркетинговой логистики как научного направления:
- 11) Организация общественного ... – управленческая функция, в рамках которой осуществляется оценка отношений общественности, соотнесение принципов и приемов деятельности лица или организации с общественными интересами, планирование и проведение в жизнь программы действий, рассчитанных на завоевание понимания и восприятия со стороны общественности
- 12) ... – это набор изделий и услуг, который предлагает фирма целевому рынку
- 13) ... – это денежная сумма, которую потребители должны уплатить для получения товара
- 14) Методы ... покупателей к покупке товара – это деятельность фирмы по распространению информации о свойствах и достоинствах товара, скидки, конкурсы, распродажи, презентации, привлекающие интерес покупателей к товару
- 15) Стратегия ... – это программа действий фирмы по установлению эффективной цены, рассчитанная на длительный период
- 16) Методы ... – это деятельность фирмы по доведению товара до потребителя (подбор оптовых и рыночных торговцев, доставка товара, его выкладка, объем запасов)
- 17) Тактика ... – это механизмы и инструменты рыночной деятельности, направленные на гибкое регулирование и изменение рыночной ситуации, извлечение максимальной прибыли за счет изменения цены в краткосрочном периоде
- 18) Такая стратегия установления цены на новые товары, как стратегия ..., используется применительно к принципиально новым товарам
- 19) Сопоставьте элементы логистического управления с соответствующими маркетинговыми задачами:
- 20) Расположите потребности согласно иерархии, отраженной в пирамиде Маслоу, в порядке снизу вверх:
- 21) ... логистика – это комплекс взаимосвязанных функций, реализуемых в процессе распределения вещественного и сопутствующих ему (информационного, денежного и сервисного) потоков между разными потребителями



- 22) ... – это посредники при заключении сделок, сводящие контрагентов; не являются собственниками продукции и не распоряжаются ей
- 23) ... – это посредники, которые выступают от своего имени и за счет производителя
- 24) Распределительный ... – это частично упорядоченное множество субъектов, осуществляющих доведение материального потока от источника генерации (продуцента) до места назначения (потребителя)
- 25) Основной ... сбытовой логистики является обеспечение доставки нужных товаров в нужное место, в нужное время с оптимальными затратами
- 26) ... распределения – это совокупность организаций или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать другим организациям и лицам право собственности на конкретный товар или услугу на пути от производителя к потребителю
- 27) ... – это оптовые (реже розничные) посредники, которые ведут операции от своего имени и за свой счет
- 28) ... – это оптовые и розничные посредники, выступающие от имени производителя, но за свой счет
- 29) Сопоставьте элементы сбытовой логистики с их функциями:
- 30) Упорядочьте этапы процесса сбытовой логистики от производителя до потребителя:
- 31) ... сервис – это комплекс услуг, которые оказываются производителем или экспедиторской фирмой, занимающейся данным сервисом, в процессе доставки материальных ресурсов потребителю
- 32) ... услуги включают гарантийное обслуживание, удовлетворение претензий покупателей и обмен
- 33) ... сервис заключается в предоставлении покупателю разнообразных вариантов оплаты продукции: по факту получения товаров, в рассрочку, с различными скидками и льготами, предоставляемыми покупателям, а также с использованием различных форм кредитования
- 34) ... поставки – это способность поставщика соблюдать обусловленные договором сроки поставки в установленных пределах





- 35) ... логистического сервиса являются различные потребители материального потока
- 36) Сервис ... обслуживания – это совокупность данных о продукции фирмы и предоставляемом фирмой сервисе, методов и принципов, а также технических средств, используемых для обработки и передачи информации
- 37) Логистическое ... – это процесс предоставления определенного комплекса услуг потребителям материальных потоков в ходе непосредственной поставки им товаров
- 38) ... услуги – это набор организационных функций и процессов для создания, идентификации и предоставления платных услуг клиентам, а также управление отношениями с клиентами для получения доходов от нематериальной экономической деятельности
- 39) Сопоставьте элементы логистического сервиса с их описаниями:
- 40) Установите правильный порядок формирования системы логистических услуг:
- 41) Фамилия французского военного специалиста начала XIX в., которого считают создателем первых научных трудов по логистике и который определял логистику как практическое искусство маневра войсками, – ...
- 42) Согласно «Военному энциклопедическому лексикону», изданному в Санкт-Петербурге в 1850 г., под ... понималось искусство управления перемещением войск, организации их тылового обеспечения
- 43) В начале XX в. под ... понимали метод сбыта, цель которого состояла в том, чтобы найти покупателя для продукции, которую производитель намерен выпускать
- 44) Согласно наиболее известному определению, сформулированному Американской ассоциацией маркетинга, ... – это процесс планирования и реализации концепции ценообразования, продвижения и распределения идей, товаров и услуг с целью обеспечения обмена, удовлетворяющего потребности индивидуумов и организаций





- 45) Впервые понятие маркетинг появилось в ..., когда американский экономист Арч Шоу впервые создал более или менее стройную теорию маркетинга, рассматриваемую как функция, которая обеспечивает связь и взаимодействие между сферами потребления и производства, результатом чего является факт продажи изготовленной продукции
- 46) Семантика слова «логистика» восходит к ..., где это слово обозначало счетное искусство, или искусство вычислять, рассуждать
- 47) Сопоставьте элементы маркетинговой логистики с их функциями:
- 48) Сопоставьте принципы маркетинговой логистики с их содержанием:
- 49) Упорядочьте этапы логистического подхода в маркетинге от анализа до получения результата:
- 50) Упорядочьте этапы интеграции маркетинга и логистики от концепции к практике:
- 51) Маркетинговый микс (маркетинг-микс) – это модель маркетинговой стратегии, включающая 4 элемента (или 4Р): Цена; Продукт; Продвижение; ...
- 52) Система сбора внешней текущей ... информации представляет собой набор источников и методических приемов, посредством которых руководители получают повседневную информацию о событиях, происходящих в коммерческой среде
- 53) ... организаций – это деятельность, предпринимаемая с целью создания, поддержания или изменения позиций и/или поведения целевых аудиторий по отношению к конкретным организациям
- 54) Такая стратегия установления цены на новые товары, как стратегия ..., применяется при работе с товарами массового потребления
- 55) Такая стратегия установления цены на новые товары, как стратегия ..., используется, когда у фирмы появляются соперники
- 56) Сопоставьте функции маркетинга в логистике с их результатами:
- 57) Сопоставьте принципы маркетинга с их влиянием на логистические решения:
- 58) Упорядочьте этапы взаимодействия маркетинга и логистики при организации поставок товаров потребителю:





- 69) Установите правильную последовательность этапов процесса управления маркетингом:
- 60) ... товарного рынка – это совокупность организаций и учреждений, обеспечивающих взаимосвязь между участниками рынка и способствующих свободному движению товаров, непрерывности воспроизводственного процесса и стабильному функционированию сферы потребления
- 61) ... является результатом объединения двух и более одинаково ориентированных и выпускающих одну и ту же продукцию предприятий; она ведет к улучшению использования ресурсов, ставших теперь общими, к целесообразному распределению заказов, к проведению единой ценовой политики, а также к увеличению доли интегрированной компании на рынке
- 62) Интеграция «...» используется в случае если предприятие приобретает в собственность фирму – поставщика материальных ресурсов (исходного сырья); таким образом оно гарантирует себе поставки материальных ресурсов в условиях возрастающего объема продаж и исключает перекупку этих ресурсов конкурентами
- 63) ... методы – это методы, основанные на опыте, интуиции и экспертных оценках, которые позволяют сократить количество вариантов до разумного числа за счет предварительного исключения явно неподходящих
- 64) ...- это упорядоченное (оптимизированное) множество субъектов, осуществляющих доведение материального потока от источника генерации (продуцента) до места назначения (потребителя)
- 65) Состав основных функций сбытовой логистики: сбыт; хранение; ...; производство; закупка
- 66) Сопоставьте задачи сбытовой логистики с их результатами:
- 67) Сопоставьте характеристики систем сбыта с соответствующими типами логистики:
- 68) Упорядочьте этапы организации логистического сервиса в системе сбыта:
- 69) Упорядочьте этапы выбора посредников в канале сбыта:
- 70) ... в общем понимании этого понятия означает чье-либо действие, приносящее пользу, помощь другому





- 71) ... поставки означает способность поставляющей системы учитывать особые положения (или пожелания) клиентов
- 72) Логистический сервис осуществляется либо самим ..., либо организацией, специализирующейся в области логистического сервиса
- 73) Все работы в области логистического обслуживания можно подразделить на три основные группы: предпродажные; работы по оказанию логистических услуг, осуществляемые в процессе продажи товаров; ... логистический сервис
- 74) В ...купля-продажа рассматривается как долговременный и непрерывный процесс взаимозаэффективного взаимодействия организации-продавца с организациями-покупателями, поскольку бизнес-субъекты, как правило, имеют дело не с розничными, а с оптовыми потребителями, которых меньше и которые более крупные
- 75) Основная идея ... состоит в том, что объектом управления маркетингом становится не совокупное решение, а отношения (коммуникации) с покупателем и другими участниками процесса купли-продажи
- 76) Сопоставьте характеристики логистического сервиса с их влиянием на клиента:
- 77) Сопоставьте уровни логистического сервиса с их характеристиками:
- 78) Упорядочьте этапы формирования логистического сервиса в маркетинговой системе:
- 79) Упорядочьте действия логистической службы при поступлении клиентского заказа:
- 80) Компания планирует выйти на новый региональный рынок. Отдел маркетинга собрал данные о целевой аудитории, а логисты разработали схему доставки. Какое действие соответствует принципу интеграции маркетинга и логистики?
- 81) Компания столкнулась с жалобами клиентов на задержку поставок. Руководство компании решает пересмотреть систему логистики, ориентируясь на потребительские предпочтения. Какой методологический подход к маркетинговой логистике применяется в данной ситуации?
- 82) Предприятие внедряет систему мониторинга поставок в реальном времени и отслеживает удовлетворенность клиентов. Какой принцип маркетинговой логистики реализуется в этом случае?





- 83) Компания «ЛогикаТрейд» решила изменить схему доставки, сократив количество посредников, чтобы ускорить поставки. Маркетинговый отдел настаивает на сохранении прежней схемы, так как покупатели привыкли к текущим точкам получения товара. Какое решение лучше всего отражает суть маркетинга в логистике?
- 84) Компания запускает новый продукт и выбирает должна выбрать одну из двух логистических стратегий: или быструю доставку с более высокими издержками, или медленную – но более дешевую доставку. Какую роль должен сыграть отдел маркетинга в принятии логистического решения?
- 85) Анализ отзывов клиентов компании «СнабТех» показал, что они часто недовольны задержками поставок. Руководство компании решает внедрить маркетинговый контроль в логистическую систему. Что будет наиболее эффективным шагом при решении этой задачи?
- 86) Компания «ТехМаркет» поставляет бытовую технику в разные регионы. В последнее время участились жалобы клиентов компании на то, что продукция приходит с опозданием или в неполной комплектации. Что следует предпринять компании «ТехМаркет» в первую очередь для повышения эффективности сбытовой логистики?
- 87) Компания «АгроФуд» экспортирует сельскохозяйственную продукцию. Склад расположен далеко от основного покупателя, что увеличивает сроки доставки и затраты. Какое решение данной проблемы будет логичнее всего в рамках сбытовой логистики?
- 88) Компания «МебельСтиль» продает мебель через интернет. Покупатели жалуются, что курьеры не соблюдают время доставки, а сборка мебели часто задерживается. Какой элемент сбытовой логистики требует первоочередного улучшения?
- 89) Компания «ЭкоТрейд» внедрила быструю доставку и расширила возможности отслеживания заказов. Однако уровень возвратов и жалоб остался прежним. Что следует сделать для повышения эффективности логистического сервиса?
- 90) Фирма «ТехноПлюс» доставляет технику по России. Покупатели хвалят скорость доставки, но жалуются на то, что не получают уведомлений о статусе заказа. Что необходимо предпринять?
- 91) Компания «ФудМаркет» доставляет свежие продукты. Покупатели довольны качеством, но жалуются на неудобные временные интервалы доставки. Какой элемент логистического сервиса нуждается в улучшении?

