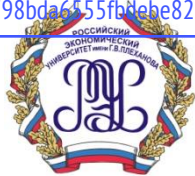


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петровская Анна Викторовна
Должность: Директор
Дата подписания: 25.07.2023 15:34:15
Уникальный программный ключ:
798bda6555fb8e827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199

Приложение 3 к основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) программы «Коммерция»



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В.Плекханова

УТВЕРЖДЕНО
протоколом заседания Совета
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
от 28.05.2019 № 11
Председатель Г.Л. Авагян Г.Л. Авагян



Кафедра торговли и общественного питания

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
для студентов приема 2019 г.

**Б1.В.14 УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ ТОРГОВОЙ
ОРГАНИЗАЦИИ**

Направление подготовки 38.03.06
Торговое дело

Направленность (профиль)
«Коммерция»

Уровень высшего образования Бакалавриат

Программа подготовки академический бакалавриат

Краснодар
2019 г.

Рецензенты:

Хохлова Т.П., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В.Плеханова

Жуков Б.М., д.э.н., профессор кафедры менеджмента и торгового дела Краснодарского кооперативного института автономной некоммерческой образовательной организации Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление ассортиментом торговой организации»:

Цель изучения дисциплины – усвоение теоретических знаний в области управления ассортиментом торговой организации, приобретение умений их использования в условиях, моделирующих профессиональную деятельность, а также формирование необходимых компетенций.

Задачи дисциплины:

- усвоение основных понятий в области управления ассортиментом;
- рассмотрение целей, задач и принципов концепции управления ассортиментом;
- определение товарных категорий как объектов концепции управления ассортиментом;
- изучение концепций товарного менеджмента и выявление их отличий от классических концепций управления торговым ассортиментом;
- рассмотрение процесса управления товарными категориями, характеристика этапов этого процесса;
- формирование умений определять товарные категории и оценивать их эффективность.

Рабочая программа дисциплины составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта.

Составитель:

(подпись)

М.А. Дубинина, к.э.н., доцент кафедры торговли и общественного питания

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению кафедрой торговли и общественного питания. Протокол от 28.03.2019 № 8

Зав. КТП, к.э.н., доцент



С.Н. Диянова

(подпись)

Согласовано

Протокол заседания Учебно-методического совета от 18.04.2019 № 6

СОГЛАСОВАНО



(подпись, печать)

Ж.Г. Баронина, директор ООО «ЭЛКР»

СОДЕРЖАНИЕ

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	4
II. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	9
IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	9
V. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	15
VI. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....	18
VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	25
VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	26
Лист регистрации изменений.....	32

Приложения:

Карта обеспеченности дисциплины учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами

Образец экзаменационного билета

І. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1 Цель дисциплины

Цель учебной дисциплины «Управление ассортиментом торговой организации»:

1. Усвоение теоретических знаний в области управления ассортиментом, приобретение умений их использования в условиях, моделирующих профессиональную деятельность.
2. Формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления коммерческой и маркетинговой деятельности.

1.2 Учебные задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:

1. Усвоение основных понятий в области управления ассортиментом.
2. Рассмотрение целей, задач и принципов управления ассортиментом.
3. Определение товарных категорий как объектов категорийного менеджмента.
4. Изучение концепций товарного менеджмента и выявление их отличий от классических концепций управления торговым ассортиментом.
5. Рассмотрение процесса управления товарными категориями, характеристика этапов этого процесса.
6. Формирование умений определять товарные категории и оценивать их эффективность.

1.3 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО (основной профессиональной образовательной программы высшего образования)

Дисциплина «Управление ассортиментом торговой организации» относится к вариативной части учебного плана.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Введение в профессию», «Коммерческая деятельность» и «Маркетинг».

Для успешного освоения дисциплины «Управление ассортиментом торговой организации» студент должен:

1. Знать: понятие, классификацию, свойства и показатели ассортимента товаров; процесс формирования ассортимента и факторы, влияющие на формирование ассортимента; цели и задачи товарной и ассортиментной политики, обоснование их выбора.
2. Уметь: оценивать показатели ассортимента, выявлять рентабельные и нерентабельные товарные категории и товарные позиции.
3. Владеть навыками: анализа ассортимента в профессиональной области.

Изучение дисциплины «Управление ассортиментом торговой организации» необходимо для дальнейшего освоения таких дисциплин, как: «Управление торговой организацией», «Мерчендайзинг и реклама в местах продаж», «Поведение потребителей».

1.4 Объем дисциплины и виды учебной работы

Показатель объема дисциплины	Всего часов		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	3 ЗЕТ		
Объем дисциплины в часах	108		
Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего	44,35	40,35	16,35
1. Аудиторная работа (Ауд), всего:	42	38	14
в том числе:			
лекции, в том числе интерактивные ()	14 (4)	12 (4)	6 (2)
лабораторные занятия, в том числе интерактивные	-	-	-
практические (семинарские) занятия, в том числе интерактивные ()	28 (8)	26 (8)	8 (4)
2. Индивидуальные консультации (ИК)	-	-	-

3.Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	-	-	-
4.Консультация перед экзаменом (КЭ)	2	2	2
5.Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии, сессии заочн. формы обучения (Каттэкз)	0,35	0,35	0,35
Самостоятельная работа (СР), всего:	63,65	67,65	91,65
в том числе:			
самостоятельная работа в семестре (СРС)	30	34	85
самостоятельная работа в период экз.сессии (Контроль)	33,65	33,65	6,65

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплине осуществляется в соответствии с приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета. Программам магистратуры».

1.5 Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В результате освоения дисциплины должны быть решены следующие профессиональные задачи и сформированы следующие профессиональные компетенции:

ПК-1 - способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству.

В результате освоения компетенции **ПК-1** студент должен:

1. Знать: содержание процесса управления ассортиментом товаров, основные методы управления ассортиментом

2. Уметь: применять методы управления ассортиментом и качеством товаров и услуг, осуществлять контроль качества товаров и услуг, диагностику дефектов товаров, анализировать факторы обеспечения необходимого уровня качества товаров и их сохранности, проводить приемку и учет товаров по количеству и качеству.

3. Владеть: практическими навыками управления ассортиментом и качеством товаров и услуг, методами оценки качества и диагностики дефектов товаров, методикой приемки и учета товаров по количеству и качеству, приемами обеспечения и сохранения качества товаров.

ПК-3 – готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

В результате освоения компетенции **ПК-3** студент должен:

1. Знать: основные принципы формирования потребностей покупателей с помощью системы маркетинговых коммуникаций в местах продаж, методики изучения потребителей и анализа маркетинговой информации; методы изучения спроса потребителей

2. Уметь: определять величину спроса, анализировать конъюнктуру товарного рынка, анализировать маркетинговую информацию, выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, формировать спрос с помощью маркетинговых коммуникаций в местах продаж

3. Владеть: методами анализа, исследования и формирования потребностей покупателей при помощи маркетинговых коммуникаций в местах продаж

1.6 Формы контроля

Текущий контроль (контроль самостоятельной работы студента - КСР) осуществляется в процессе освоения дисциплины лектором и преподавателем, ведущим семинарские и практические занятия, в соответствии с календарно-тематическим планом, в объеме часов, запланированных в расчете педагогической нагрузки по дисциплине в виде следующих работ: собеседование,

результаты работы научных исследовательских групп, участие в дискуссии, выполнение творческого проекта, тестирование.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с учебным планом в форме **экзамена**.

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы обучающегося по программе бакалавриата. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы обучающегося осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова». Распределение баллов по отдельным видам работ в процессе освоения дисциплины «Управление ассортиментом торговой организации» осуществляется в соответствии с разделом VIII.

1.7 Требования к адаптации учебно-методического обеспечения дисциплины для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Требования к адаптации учебно-методического обеспечения дисциплины для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов определены в «Положении об организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». (<http://www.rea.ru>)

Набор адаптационных методов обучения, процедур текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации осуществляется исходя из специфических особенностей восприятия, переработки материала обучающимися с ограниченными возможностями здоровья с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы, программы реабилитации инвалида с учетом индивидуальных психофизических особенностей.

II. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержание дисциплины «Управление ассортиментом торговой организации», описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения ОПОП ВО представлено в таблице 1.

Таблица 1

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание	Формируемые компетенции	Образовательные технологии
Раздел 1. Методологические основы управления ассортиментом			
Тема 1. Введение в концепцию управления ассортиментом	Цели, задачи, предмет и структура учебной дисциплины «Управление ассортиментом торговой организации». Междисциплинарные связи с другими дисциплинами, формируемые компетенции. Основные понятия: категорийный менеджмент, категории товаров. Значение дисциплины в подготовке бакалавров по направлению «Торговое дело». Обоснование необходимости применения концепции управления ассортиментом в современных условиях	ПК-1 ПК-3	Лекция, обсуждение работы студенческих научных групп, тест (входной контроль)
Тема 2. Концепция управления категориями товаров	Концепция управления категориями товаров: понятие, назначение, сущность. Отличия категорийного менеджмента от традиционного управления ассортиментом. Концепция категорийного менеджмента как инструмент формирования ассортиментной политики. Влияние концепции управления ассортиментом на изменение отношений между производителями, поставщиками и продавцами. Основная идея системы управления ассортиментом.	ПК-1 ПК-3	Лекция, собеседование, дискуссия
Тема 3. Структура системы управления ассортиментом	Цели, задачи, принципы, функции управления ассортиментом. Объекты системы управления ассортиментом - товарные категории. Признаки группирования товаров. Ассортиментные линии, торговые марки: понятия, их место в товарной категории. Роль товарных категорий в ассортиментном перечне товаров. Классификация товарных категорий по степени новизны, развитию и характеру спроса: новые, установившиеся, развивающиеся, комплексные, пассивного спроса, их краткая характеристика	ПК-1 ПК-3	Лекция, собеседование, тестирование
Тема 4. Субъекты системы управления ассортиментом	Субъекты, осуществляющие управление ассортиментом, их взаимоотношения. Принцип паритета интересов в каналах товародвижения. Категорийные менеджеры: понятия, назначение, квалификационные требования к ним, сфера действий.	ПК-1 ПК-3	Интерактивная лекция, дискуссия
Тема 5. Категорийная политика торговых организаций	Понятие категорийной политики, ее цели и задачи. Определение признаков группировки товаров в категории. Сбалансированность ассортимента по полноте, глубине, насыщенности. Выявление структуры товарных категорий. Продвижение категорийных товаров с использованием наиболее рациональных стратегий ценообразования и средств интегрированных маркетинговых коммуникаций. Анализ и оценка эффективности товарных категорий. Выбор направлений оптимизации товарных категорий. Расширение и обновление товарной категории. Углубление ассортимента.	ПК-1 ПК-3	Лекция, тестирование

Раздел 2. Оперативный категорийный менеджмент

<p>Тема 6. Процесс управления товарными категориями</p>	<p>Этапы процесса управления: определение категории; планирование категорий; установление возможностей для работы с категорией; внедрение управления категорией. Содержание указанных этапов и их результатов. Эффект от сотрудничества участников канала товародвижения. Критерии определения товарных категорий (взаимозаменяемости и/или дополняемости). Сегментирование товарных категорий: понятие, назначение, показатели категорий (товарооборот, прибыль, стоимость товарных запасов, норма реализации и другое). Ориентация при определении категорий на запросы потребителей. Определение стратегической роли товарных категорий. Определение показателей оценки деятельности по управлению товарными категориями.</p>	<p>ПК-1 ПК-3</p>	<p>Лекция, собеседование, дискуссия</p>
<p>Тема 7. Методы управления ассортиментом</p>	<p>Методы управления ассортиментом: понятие, назначение, классификация. Методы систематизации ассортимента товаров: категорийная систематизация, гармонизация структуры товарной категории, управление доступностью товарного предложения. Аналитические методы: АВС-анализ, оптимизация товарной категории. Схема взаимодействия участников по управлению ассортиментом товаров в концепции паритета потребностей.</p>	<p>ПК-1 ПК-3</p>	<p>Интерактивная лекция, обсуждение результатов работы студенческих научных групп</p>
<p>Тема 8. Этапы внедрения системы управления ассортиментом в организации</p>	<p>Этапы и операции внедрения методологии управления ассортиментом. Подготовительный этап: обоснование целесообразности введения категорийного менеджмента в торговой организации; разработка плана внедрения; разработка категорийной политики; пересмотр организационной структуры, взаимоотношений с поставщиками; составление бизнес-плана. Основной этап: построение ассортиментной матрицы, формирование товарных категорий, определение структуры и роли категорий, корректировка цен на товары внутри категории, распределение торговых площадей между категориями. Оценочный этап: анализ и оценка результатов, мониторинг конкурентов. Методика проведения кросс-категорийного анализа</p>	<p>ПК-1 ПК-3</p>	<p>Лекция, контрольная работа</p>

III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Управление ассортиментом торговой организации» используются следующие образовательные технологии:

1. Стандартные методы обучения:

лекции;
собеседование;
контрольная работа;
тестирование;
консультации преподавателей;

самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим и (или) лабораторным занятиям, выполнение указанных выше письменных или устных заданий, работа с литературой.

2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

интерактивная лекция;
дискуссии;
обсуждение результатов работы студенческих исследовательских групп.

IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Литература

Основная литература (О):

1. Магомедов Ш.Ш. Управление товарным ассортиментом и запасами: Учебник для бакалавров /Ш.Ш.Магомедов. – 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2020. - 174 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=358159>

2. Иванова Т.Н. Товарный менеджмент: Учебное пособие / Иванова Т.Н., Еремина О.Ю., Евдокимова О.В.; Под ред. Ивановой Т.Н. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 234 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=355055>

3. Киселев В.М. Категорийный менеджмент: Учебное пособие / В.М. Киселев, М.А. Николаева. – М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 208 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=355186>.

Дополнительная литература (Д):

1. Егоров Ю.Н. Управление маркетингом: Учебное пособие/Ю.Н.Егоров - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 238 с. - ISBN 978-5-16-010430-0. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=351756>

2. Казакова Н.А. Маркетинговый анализ: Учеб. пособие / Н.А. Казакова— М.: ИНФРА-М, 2014. — 240 с. ISBN 978-5-16-005220-5. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=8032>

3. Карпова С.В. Управление маркетингом: Учебник и практикум для бакалавров / Карпова С.В., Тюрин Д.В. - М.: Дашков и К, 2017. - 366 с. ISBN 978-5-394-02790-1 - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=300655>

4. Левушкина С.В. Товарный менеджмент: Учеб. пособие – Ставрополь: СГАУ, 2014. – 136 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=76214>

5. Николаева М.А. Товарная политика: Учебник для бакалавриата / М.А. Николаева - М.: Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 256 с. ISBN 978-5-91768-615-8 - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=354945>

Карта обеспеченности дисциплины учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами представлена в приложении.

4.2 Перечень информационно-справочных систем

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» <http://www.consultant.ru/>
2. Информационно-правовая система «Гарант» <http://garant.ru>
3. Информационно-правовая система «Законодательство России» <http://pravo.gov.ru/ips/>
4. Правовая справочно-консультационная система «Кодексы и законы РФ» <http://kodeks.systems.ru>

4.3 Перечень электронно-образовательных ресурсов

1. ЭБС «ИНФРА–М» <http://znanium.com>
2. Научная электронная библиотека elibrary.ru <https://elibrary.ru/>
3. ЭБС BOOK.ru <http://www.book.ru>
4. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com/>
5. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://biblio-online.ru/>
6. Университетская библиотека online <http://biblioclub.ru/>
7. ЭБС «Grebennikon» <https://grebennikon.ru/>
8. Видеолекции НПП Краснодарского филиала <http://vrgteu.ru/course/view.php?id=6680>

4.4 Перечень профессиональных баз данных

1. База данных PATENTSCOPE <https://patentscope.wipo.int/search/ru/search.jsf>
2. Стандарты и регламенты (Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии Росстандарт) <http://www.gost.ru>
3. Российский архив государственных стандартов, строительных норм и правил (РАГС) <http://www.rags.ru/gosts/2874/>

4.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Портал по товароведению и экспертизе товаров - <http://www.znaytovar.ru>
2. Информационные материалы по маркетингу - <http://powerbranding.ru>
3. Электронный журнал «Генеральный директор», содержащий статьи по управлению ассортиментом - <http://www.gd.ru/>
4. Электронный журнал «Справочник экономиста» - <http://www.profiz.ru/>.
5. Retail&loyalty – журнал о рознице и инновациях - <http://www.retail-loyalty.org/>.
6. Сайт «Компьютерная поддержка учебно-методической деятельности филиала» <http://vrgteu.ru>
7. Единое окно доступа к образовательным ресурсам - федеральная информационная система открытого доступа к интегральному каталогу образовательных интернет-ресурсов и к электронной библиотеке учебно-методических материалов для всех уровней образования: дошкольное, общее, среднее профессиональное, высшее, дополнительное <http://window.edu.ru/>

4.6 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система Windows 10
2. Пакет прикладных программ Office Professional Plus 2010 Rus,
3. Антивирусная программа Касперского Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Расширенный Rus Edition,
4. PeaZip, Adobe Acrobat Reader DC

4.7 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Задания для организации самостоятельной работы представлены на сайте компьютерной поддержки учебной деятельности Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова в «Методическом пособии по проведению практических занятий с использовани-

ем интерактивных методов обучения и организации самостоятельной работы» по дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации». Режим доступа: <http://vrgteu.ru>.

Пример заданий по организации самостоятельной работы студента.

Раздел I. Методологические основы управления ассортиментом

Тема 1. Введение в концепцию управления ассортиментом

Литература: О-1,2,3; Д-1,2,3.

Вопросы для самопроверки:

1. Дайте определение системы управления ассортиментом.
2. Дайте определение товарных категорий.
3. Укажите цели и задачи настоящей учебной дисциплины.

Задания для самостоятельной работы:

1. Проработать материалы о применении концепции управления ассортиментом в СМИ и Интернете.
2. Обработать и обобщить собранный материал в форме доклада на тему «Практика применения управления ассортиментом в торговой организации (на примере ... (указать название организации))» с последующим рецензированием и обсуждением.

Тема 2. Концепция управления категориями товаров

Литература: О-1,2,3; Д-1,2,3.

Вопросы для самопроверки:

1. Раскройте сущность и назначение концепции управления категориями товаров.
2. Укажите отличия категорийного менеджмента от традиционного управления ассортиментом.
3. Рассмотрите влияние системы управления ассортиментом на изменение характера взаимоотношений между участниками канала распределения.
4. Дайте определения терминов: «ассортимент», «категория товаров», «управление ассортиментом торговой организации».
5. Раскройте сущность концепции управления ассортиментом.
6. Установите отличия категорийного менеджмента от традиционного управления ассортиментом товаров.
7. Сформулируйте основную идею системы управления ассортиментом и дайте ее обоснование.
8. Рассмотрите сущность и назначение концепции управления ассортиментом.

Задания для самостоятельной работы:

1. Объясните, в чем преимущества и недостатки системы управления ассортиментом.
2. Установите возможные сферы и средства применения системы управления ассортиментом. Ответ аргументируйте.
3. Укажите, как влияет система управления ассортиментом на изменение отношений между участниками канала товародвижения.
4. Подготовка к дискуссии на тему «Нужна ли концепция управления ассортиментом предприятиям розничной торговли?»

Тема 3. Структура системы управления ассортиментом

Литература: О-1,2,3; Д-2,4.

Вопросы для самопроверки:

1. Укажите цели, задачи и функции системы управления ассортиментом.
2. Назовите объекты системы управления ассортиментом: а) товары; б) торговый ассортимент; в) товарные категории; г) взаимоотношения между участниками каналов товаро-ведения.
3. Выявите признаки группирования товаров в товарные категории.
4. Установите роль товарных категорий в ассортиментном перечне товаров предприятия розничной торговли.
5. Определите понятия и место ассортиментных линий, товарных марок и артикулов в товарной категории.
6. Классифицируйте товарные категории по разным признакам.

Задания для самостоятельной работы:

1. Собрать материалы по товарным категориям в Интернете.
2. Выявить товарные категории в предприятии розничной либо оптовой торговли, где студенты работают или проходили практику. Определить товарные категории методом наблюдения при посещении любого магазина.
3. Анализ товарной категории: определить действительные полноту, устойчивость, глубину и новизну одной товарной категории (по заданию преподавателя). Полученный материал представить в виде письменной контрольной работы.

Тема 4. Субъекты системы управления ассортиментом

Литература: О-1,2,3; Д-1,2,3.

Вопросы для самопроверки:

1. Дайте определение понятию «категорийный менеджер».
2. Выявите принципиальные отличия должностных обязанностей категорийного менеджера от обязанностей товароведа и маркетолога при централизованной функциональной организации предприятия.
3. Объясните, какова сфера деятельности категорийного менеджера.
4. Проанализируйте, что такое товарная категория и кто ее формирует.
5. Объясните, какие функции выполняет категорийный менеджер:
 - оперативные;
 - организационно-административные;
 - товарные;
 - региональные.

Задания для самостоятельной работы:

1. Выявить назначение категорийных менеджеров, их роль в процессе товародвижения и сферу действий.
2. Изучить и проанализировать квалификационные требования к категорийным менеджерам.
3. Разработать предложения по совершенствованию должностных характеристик к категорийному менеджеру.
4. Составьте перечень субъектов, осуществляющих категорийный менеджмент.
5. Рассмотрите обязанности категорийного менеджера.
6. Подготовиться к обсуждению проблемного вопроса: «Нужен ли категорийный менеджер в современной торговле, и если нужен, то в каких типах предприятий розничной торговли?»

Тема 5. Категорийная политика торговых организаций

Литература: О-1,2,3; Д-1,2,3.

Вопросы для самопроверки:

1. Дайте определение понятия «категорийная политика».
2. Рассмотрите цели и задачи категорийной политики.

3. Укажите основные направления категорийной политики и дайте их обоснование.
4. Рассмотрите, какое направление категорийной политики целесообразно выбрать в магазине эконом-класса для категорий:
 - а) бакалейные товары;
 - б) мясные деликатесы.

Задание для самостоятельной работы:

Описать реализацию категорийной политики какого-либо предприятия на примере выбранной товарной категории.

Раздел II. Оперативный категорийный менеджмент

Тема 6. Процесс управления товарными категориями

Литература: О-1,2,3; Д-1,2,3.

Вопросы для самопроверки:

1. Выявите критерии определения товарных категорий.
2. Рассмотрите назначение и показатели сегментирования товарных категорий.
3. Установите показатели оценки деятельности по управлению товарными категориями.
4. Укажите назначение и основные операции планирования товарной категории.
5. Охарактеризуйте основной этап управления товарной категорией.

Задания для самостоятельной работы:

Подготовка к дискуссии на тему: «Нужно ли управлять товарными категориями и как организовать процесс управления, если он нужен?»

Тема 7. Методы управления ассортиментом

Литература: О-1,2,3; Д-1,2,3.

Вопросы для самопроверки:

1. Дайте понятие и укажите назначение методов управления ассортиментом.
2. Рассмотрите методы систематизации ассортимента товаров.
3. Рассмотрите аналитический метод управления ассортиментом.
4. Разберите сущность метода ABC-анализа.
5. Укажите назначение и сферы применения ABC-анализа.
6. Сущность принципа Парето.
7. Объясните, на какие градации можно подразделить категорийные товары по степени их значимости для достижения целей организации.

Задания для самостоятельной работы (работа в группах):

Параметры самостоятельного выполнения расчетно-графической работы студенты определяют в соответствии с нижеприведенными этапами:

- 1) Выбор товарной категории;
- 2) Выбор сезона;
- 3) Выбор формата предприятия розничной торговли;
- 4) Расчет маржинального дохода.

Все параметры согласовываются с преподавателем, ведущим дисциплину.

1. Выбор товарной категории:

- | | |
|-----------------------|--|
| 1) пиво; | 14) полуфабрикаты высокой степени готовности; |
| 2) сыр; | 15) кондитерские изделия (конфеты, карамель, шоколад); |
| 3) молочные товары; | 16) мучные кондитерские изделия (пряники, вафли, печенье); |
| 4) мясные деликатесы; | 17) слабоалкогольные напитки; |
| 5) птица и яйца; | 18) среднеалкогольные напитки; |
| 6) рыба; | 19) крепкие алкогольные напитки; |
| 7) консервы; | |

- | | |
|-----------------------------|--|
| 8) овощи; | 20) безалкогольные напитки; |
| 9) фрукты; | 21) растительные масла и соусы; |
| 10) крупы (бакалея); | 22) хлебобулочные изделия, включая хлеб; |
| 11) корм для животных; | 23) средства ухода за жилищем; |
| 12) декоративная косметика; | 24) средства ухода за кожей лица и рук; |
| 13) мясо и полуфабрикаты; | 25) средства ухода за волосами. |

2. Выбор сезона:

- 1) весна; 2) лето; 3) осень; 4) зима.

3. Выбор формата предприятия розничной торговли:

- 1) магазин «Продукты возле дома»;
 2) специализированный магазин;
 3) супермаркет;
 4) гипермаркет.

4. Размер маржинального дохода. Здесь необходимо предусмотреть определенный уровень реализованной торговой надбавки от реализации оптимизированного ассортимента товаров. Базовый уровень торговой надбавки составляет 8%, в задании необходимо оптимизировать ассортимент выбранной категории товаров для обеспечения:

- 1) 10%; 2) 12%; 3) 15%; 4) 20%.

Тема 8. Этапы внедрения системы управления ассортиментом в организации

Литература: О-1,2,3; Д-1,2,3.

Вопросы для самопроверки:

1. Содержание подготовительного этапа внедрения системы управления ассортиментом.
2. Характеристика плана внедрения системы управления ассортиментом.
3. Определение плановых бизнес-показателей.
4. Необходимость пересмотра организационной структуры.
5. Содержание основного этапа внедрения системы управления ассортиментом.
6. Построение ассортиментной матрицы.
7. Методика проведения кросс-категорийного анализа.
8. Содержание оценочного этапа внедрения системы управления ассортиментом.

Задание для самостоятельной работы:

Проект по внедрению системы управления ассортиментом в торговой организации с обоснованием необходимости внедрения и расчетом экономической эффективности, выполненный в виде презентации.

4.8 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для реализации дисциплины «Управление ассортиментом торговой организации» используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованные мультимедийным оборудованием и учебно-наглядными пособиями, а также помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду филиала.

Освоение дисциплин лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы, программы реабилитации инвалида с учетом индивидуальных психофизических особенностей на основании заявления студента.

V. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Тематический план изучения дисциплины «Управление ассортиментом торговой организации» для студентов очной формы обучения представляет содержание учебной дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий, контактной и самостоятельной работы, формы контроля, таблица 2

Таблица 2

Наименование разделов и тем	Контактная работа /контактные часы										Самостоятельная работа*			Формы текущего контроля (КСР)
	Аудиторные часы						Индивидуальная консультация ИК	Контактная работа по промежуточной аттестации, Катт	Консультация перед экзаменом, КЭ	Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии, Каттэкз	формы	в семестре, час	контроль /СР в сессию	
	лекции	практические занятия	лабораторные работы	семинары	в т.ч.интерактивные формы /часы									
1	2	3	4	5	6	7	8			9	10	11	12	13
Раздел 1. Методологические основы управления ассортиментом														
Тема 1. Введение в концепцию управления ассортиментом	2	4	-	6	-	РСНГ/1	-	-	-	-	Лит	2	-	Работа студенческих научных групп, Тестирование (входной контроль)
Тема 2. Концепция управления категориями товаров	1	4	-	5	-	ДИ/2	-	-	-	-	Лит	4	-	Собеседование, дискуссия
Тема 3. Структура системы управления ассортиментом	1	4	-	5	-	-	-	-	-	-	Лит, Т	4	-	Собеседование, тестирование
Тема 4. Субъекты системы управления ассортиментом	2	2	-	4	ИЛ/2	ДИ/2	-	-	-	-	Лит.	4	-	Дискуссия
Тема 5. Категорийная политика торговых организаций	2	2	-	4	-	-	-	-	-	-	Лит, Т	4	-	Тестирование
Раздел 2. Оперативный категорийный менеджмент														
Тема 6. Процесс управления товарными категориями	2	4	-	6	-	ДИ/1	-	-	-	-	Лит	4	-	Собеседование, дискуссия
Тема 7. Методы системы управления ассортиментом	2	4	-	6	ИЛ/2	РСНГ/2	-	-	-	-	Лит	4	-	Работа студенческих научных групп
Тема 8. Этапы внедрения системы управления ассортиментом на предприятии	2	4	-	6	-	-	-	-	-	-	Лит, ТК	4	-	Контрольная работа
Итого:	14	28	-	42	4	8	-	-	-	-	-	30	-	
Экзамен	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0,35	-	-	33,65	
Всего по дисциплине	-	-	-	42	-	-	-	-	2	0,35	-	30	33,65	108

Тематический план изучения дисциплины «Управление ассортиментом торговой организации» для студентов очно-заочной формы обучения представляет содержание учебной дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий, контактной и самостоятельной работы, формы контроля, таблица 3

Таблица 3

Наименование разделов и тем	Контактная работа /контактные часы										Самостоятельная работа*			Формы текущего контроля (КСР)
	Аудиторные часы						Индивидуальная консультация ИК	Контактная работа по промежуточной аттестации, Катт	Консультация перед экзаменом, КЭ	Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии, Каттэкз	формы	в семестре, час	контроль /СР в сессию	
	лекции	практические занятия	лабораторные работы	семинары	в т.ч. интерактивные формы /часы									
1	2	3	4	5	6	7	8			9	10	11	12	13
Раздел 1. Методологические основы управления ассортиментом														
Тема 1. Введение в концепцию управления ассортиментом	1	4	-	5	-	РСНГ/1	-	-	-	-	Лит	4	-	Работа студенческих научных групп, Тестирование (входной контроль)
Тема 2. Концепция управления категориями товаров	1	4	-	5	-	ДИ/2	-	-	-	-	Лит	4	-	Собеседование, дискуссия
Тема 3. Структура системы управления ассортиментом	1	4	-	5	-	-	-	-	-	-	Лит, Т	4	-	Собеседование, тестирование
Тема 4. Субъекты системы управления ассортиментом	2	2	-	4	ИЛ/2	ДИ/2	-	-	-	-	Лит.	4	-	Дискуссия
Тема 5. Категорийная политика торговых организаций	1	2	-	3	-	-	-	-	-	-	Лит, Т	4	-	Тестирование
Раздел 2. Оперативный категорийный менеджмент														
Тема 6. Процесс управления товарными категориями	2	4	-	6	-	ДИ/1	-	-	-	-	Лит	4	-	Собеседование, дискуссия
Тема 7. Методы системы управления ассортиментом	2	4	-	6	ИЛ/2	РСНГ/2	-	-	-	-	Лит	6	-	Работа студенческих научных групп
Тема 8. Этапы внедрения системы управления ассортиментом на предприятии	2	2	-	4	-	-	-	-	-	-	Лит, ТК	4	-	Контрольная работа
Итого:	12	26	-	38	4	8	-	-	-	-	-	34	-	
Экзамен	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0,35	-	-	33,65	
Всего по дисциплине	-	-	-	42	-	-	-	-	2	0,35	-	34	33,65	108

Тематический план дисциплины «Управление ассортиментом торговой организации» для студентов заочной формы обучения представляет содержание учебной дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий, контактной и самостоятельной работы, формы контроля, таблица 4.

Таблица 4

Наименование разделов и тем	Контактная работа /контактные часы									Самостоятельная работа*			Формы текущего контроля (КСР)	
	Аудиторные часы						Индивидуальная консультация ИК	Контактная работа по промежуточной аттестации, Катт	Консультация перед экзаменом, КЭ	Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии, Каттэкз	формы	в семестре, час		контроль /СР в сессию
	лекции	практические занятия	лабораторные работы	всего	в т.ч.интерактивные формы /часы									
1	2	3	4	5	6	7	8			9	10	11	12	13
Раздел 1. Методологические основы управления ассортиментом														
Тема 1. Введение в концепцию управления ассортиментом	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	Лит	10	-	Тестирование (входной контроль)
Тема 2. Концепция управления категориями товаров	1	1	-	2	-	ДИ/1	-	-	-	-	Лит	10	-	Собеседование, дискуссия
Тема 3. Структура системы управления ассортиментом	1	1	-	2	-	-	-	-	-	-	Лит, Т	10	-	Собеседование, тестирование
Тема 4. Субъекты системы управления ассортиментом	1	2	-	3	ИЛ/1	ДИ/2	-	-	-	-	Лит	10	-	Дискуссия
Тема 5. Категорийная политика торговых организаций	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	Лит, Т	10	-	Тестирование
Раздел 2. Оперативный категорийный менеджмент														
Тема 6. Процесс управления товарными категориями	1	1	-	2	-	ДИ/1	-	-	-	-	Лит	11	-	Собеседование, дискуссия
Тема 7. Методы системы управления ассортиментом	1	1	-	2	ИЛ/1	-	-	-	-	-	Лит	12	-	Собеседование
Тема 8. Этапы внедрения системы управления ассортиментом на предприятии	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	Лит, ТК	12	-	Контрольная работа
Итого:	6	8	-	14	2	4	-	-	-	-	-	85	-	
Экзамен	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	6,65	
Всего по дисциплине	-	-	-	14	-	-	-	-	-	2	-	85	6,65	108

*Формы самостоятельной работы и затраты времени студентов на самостоятельное выполнение конкретного содержания учебного задания (контрольной, расчетной работы и др.) по дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации» определены в «Методическом пособии по проведению практических занятий с использованием интерактивных методов обучения и организации самостоятельной работы» для студентов направления подготовки программы бакалавриата 38.03.06 Торговое дело.

Затраты времени на самостоятельное выполнение конкретного содержания учебного задания (контрольной, расчетной работы и др.) определяются преподавателем, ведущим занятия по дисциплине, эмпирически.

Сокращения, используемые в Тематическом плане изучения дисциплины, таблица 5

Таблица 5

Сокращение	Вид работы
1. ИЛ	Интерактивная лекция
2. РСНГ	Работа студенческих научных групп
3. ДИ	Дискуссия
4. ТК	Текущий контроль (контрольная работа)
5. Лит	Работа с литературой
6. Т	Подготовка к тестированию

VI. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств по дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации» разработан в соответствии с требованиями Положения «О фонде оценочных средств в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». Оценочные и методические материалы хранятся на кафедре, обеспечивающей преподавание данной дисциплины.

Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации» представлены в разделе II «Содержание дисциплины».

Типовые контрольные задания по дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации», необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы включают в себя:

1. Диагностическое тестирование входного контроля уровня подготовки обучающихся или уровня профессиональной подготовки обучающихся в процессе изучения смежных дисциплин:

1. Часто, без раздумий и с минимальными усилиями на покупку и сравнение покупаются товары повседневного спроса, а именно:

- Картины
- Продукты питания
- Мелкая бытовая химия
- Одежда

2. Товарами предварительного выбора являются:

- Авиабилеты
- Продукты питания
- Одежда
- Бытовая техника;
- Товары для экстренных случаев

3. К товарам пассивного спроса относят:

- Детская энциклопедия
- Автомобиль

Страховка жизни
Путешествие

4. По местонахождению товаров различают ассортимент:

Простой
Прогнозируемый
Промышленный
Торговый

5. По степени удовлетворения потребителей различают ассортимент:

Реальный
Рациональный
Оптимальный
Видовой

2. Тематика курсовых работ

Согласно учебному плану, по дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации» курсовая работа не предусмотрена.

3. Вопросы к экзамену

Номер вопроса	Перечень вопросов к экзамену
1.	Определение термина «товар»
2.	Укажите основополагающие характеристики товара
3.	Определение термина «ассортимент»
4.	Классификация ассортимента товаров
5.	Различия между простым, сложным и развернутым ассортиментом
6.	Определение термина «укрупненный ассортимент», его разновидности
7.	Классификационные группировки ассортимента
8.	Сущность товарного артикула
9.	Свойства и показатели ассортимента товаров и их краткая характеристика
10.	Широта, полнота и глубина ассортимента товаров
11.	Устойчивость и новизна ассортимента
12.	Значение показателя гармоничность ассортимента для торговых организаций
13.	Сущность ассортиментной политики
14.	Цели и задачи ассортиментной политики
15.	Обоснование основных направлений ассортиментной политики
16.	Факторы, влияющие на формирование ассортимента
17.	Определение термина «качество товаров»
18.	Номенклатуру потребительских свойств и показателей качества товаров
19.	Значение групп и подгрупп потребительских свойств для формирования рационального ассортимента
20.	Определение товарного менеджмента
21.	Определение системы качества
22.	Основные этапы технологического жизненного цикла
23.	Нормативная база товарного менеджмента
24.	Формирования ассортиментной характеристики товаров
25.	Назначение международных стандартов ИСО серии 9000
26.	Определение категорийного менеджмента
27.	Основные понятия в области управления ассортиментом
28.	Обоснование необходимости применения концепции управления ассортиментом в современных условиях развития рыночных отношений

29.	Концепция управления ассортиментом: сущность, назначение, трудности внедрения
30.	Концепция управления категориями товаров: понятие, сущность, основная идея, назначение, преимущества
31.	Отличия товарного и категорийного менеджмента
32.	Влияние концепции управления ассортиментом на отношения участников канала товароведения
33.	Цели, задачи и принципы системы управления ассортиментом
34.	Объекты системы управления ассортиментом, их характеристика, признаки группирования
35.	Субкатегории товаров: ассортиментные линии, товарные марки, их характеристика
36.	Классификация товарных категорий по степени новизны, развитию и характеру спроса, краткая характеристика различных видов
37.	Субъекты системы управления ассортиментом, их взаимоотношения на основе паритета интересов в каналах товародвижения
38.	Категорийные менеджеры: понятие, назначение, сфера деятельности
39.	Квалифицированные требования к категорийным менеджерам
40.	Этапы процесса управления ассортиментом, их краткая характеристика
41.	Определение категорий товаров: сущность, критерии, назначение
42.	Планирование товарных артикулов
43.	Функции системы управления ассортиментом
44.	Сегментирование товарных категорий: понятие, назначение, Показатели
45.	Оценка деятельности по управлению товарными категориями
46.	Планирование товарной категории
47.	Проблемы внедрения системы управления ассортиментом
48.	Функции категорийного менеджера
49.	Анализ и оценка эффективности товарных категорий
50.	Метод ABC-анализа: понятие, сущность, назначение
51.	Метод ABC-анализа и его применение в управлении ассортиментом
52.	Методы систематизации ассортимента товаров, их краткая характеристика
53.	Методы категорийного менеджмента: понятия, классификация, краткая характеристика
54.	Классификация категорий товаров по разным признакам
55.	Категорийный менеджмент: понятие, принципы и функции
56.	Этапы внедрения категорийного менеджмента в торговой организации, их характеристика
57.	Процесс управления товарными категориями
58.	Критерии формирования товаров в категории
59.	Классификация категорий в зависимости от их роли в управлении ассортиментом, характеристика отдельных видов
60.	Типы категорийных товаров, их характеристика
61.	Визуальное размещение товарных категорий в предприятиях розничной торговли
62.	Размещение товарных категорий в торговом зале магазина.
63.	Наполнение товарного портфеля
64.	Распространение товарного портфеля
65.	Модернизация товарного портфеля

66.	Элиминирование товарного портфеля
67.	Основные обязанности категорийного менеджера
68.	Классификация товарных категорий на субкатегории
69.	Формирование структуры товарной категории
70.	Ассортиментные линии, торговые марки, товарные артикулы: понятие, краткая характеристика, примеры
71.	Метод категорийной систематизации ассортимента товаров: понятие, сущность, примеры применения
72.	Номенклатура показателей оценки эффективности товарных категорий

Практические задания к экзамену

1.	Суммарный товарооборот, рассчитанный по выборке товарных артикулов, составляет 1 268 875,14 руб., сумма реализованной торговой надбавки, соответственно 313 418,87 руб. Какова средняя маржинальная доходность по данной категории товаров?
2.	Коэффициент гармоничности некой товарной категории равен 0,226. Оцените сбалансированность ассортимента и предложите варианты развития ассортимента при необходимости.
3.	Вычислите значения показателей ассортимента магазина «Продукты». Коэффициент широты ассортимента в магазине «Продукты», если в оптовом магазине количество видов, разновидностей и наименований товаров однородных и разрозненных групп составляет 5000, а в магазине 2000
4.	Коэффициент глубины ассортимента «Водки особой», если базовый показатель ассортимента по стандарту равен 6, дополнительный ассортимент по ТУ — 16 наименований. В магазине «Продукты» в продаже имелось 12 наименований
5.	Коэффициент устойчивости ассортимента, если в магазине «Продукты» в продаже имеются 10 наименований консервов в томатном соусе, из которых устойчивым спросом пользуются 4 наименования
6.	Вычислите значения показателей ассортимента магазина «Весна». Коэффициент широты ассортимента в магазине «Весна», если в оптовом магазине количество видов, разновидностей и наименований товаров однородных и разрозненных групп составляет 5000, а в магазине 1000
7.	Коэффициент глубины ассортимента «Водки», если базовый показатель ассортимента по стандарту равен 6, дополнительный ассортимент по ТУ — 16 наименований. В магазине «Весна» в продаже имелось 5
8.	Коэффициент новизны ассортимента, если в магазине «Весна» имеется 10 наименований консервов в томатном соусе, из них 3 наименования — новые виды
9.	В новом универсальном магазине необходимо сформировать рациональный ассортимент продовольственных товаров с $K_p=16\%$. Базовая полнота по каталогу составляет 1000, фактически на момент открытия было завезено 700 наименований продуктов. $K_u=60\%$, $K_n=15\%$ (определен по нормативным документам). (Коэффициенты весомости для показателей ассортимента $K_{вш}=0,4$; $K_{вп}=0,2$; $K_{ву}=0,3$; $K_{вн}=0,1$). Рассчитайте коэффициент широты ассортимента
10.	В новом универсальном магазине необходимо сформировать рациональный ассортимент продовольственных товаров с $K_p=57\%$. Базовая широта по каталогу составляет 1000, фактически на момент открытия было завезено 850 наименований продуктов. $K_u=60\%$, $K_n=15\%$ (определен по нормативным документам). (Коэффициенты весомости для показателей ассортимента $K_{вш}=0,4$; $K_{вп}=0,2$; $K_{ву}=0,3$; $K_{вн}=0,1$). Рассчитайте коэффициент полноты ассортимента
11.	В новом универсальном магазине необходимо сформировать рациональный ассортимент продовольственных товаров с $K_p=16\%$. Базовая широта по каталогу составляет 1000, фактически на момент открытия было завезено 700 наименований продуктов. $K_u=60\%$, $K_n=15\%$ (определен по нормативным документам). (Коэффициенты весомости для показате-

	телей ассортимента $K_{вш}=0,4$; $K_{вп}=0,2$; $K_{ву}=0,3$; $K_{вн}=0,1$). Сколько новых наименований товаров должно быть в данном продовольственном магазине, чтобы $K_n=15\%$?
12.	В кондитерском магазине в ассортименте товаров имеется 20 наименований шоколадных конфет по средней цене 59 рублей, 35 наименований карамели по средней цене 39,5 рубля; 3 вида мармелада по цене 41 рубль и 5 видов драже по средней цене 30 рублей. Определите долю шоколадных конфет в натуральном выражении
13.	В кондитерском магазине в ассортименте товаров имеется 20 наименований шоколадных конфет по средней цене 59 рублей, 35 наименований карамели по средней цене 39,5 рубля; 3 вида мармелада по цене 41 рубль и 5 видов драже по средней цене 30 рублей. Рассчитайте долю драже в денежном выражении
14.	В кондитерском магазине в ассортименте товаров имеется 20 наименований шоколадных конфет по средней цене 59 рублей, 35 наименований карамели по средней цене 39,5 рубля; 3 вида мармелада по цене 41 рубль и 5 видов драже по средней цене 30 рублей. Какое наименование вероятнее всего окажется в группе С по результатам ABC-анализа?
15.	В ассортименте хлебобулочного магазина в наличии имеется 35 наименований товаров ($Шб=100$), в т.ч. 6 видов хлеба однородной группы ($Пб=20$). 14 видов обладают способностью постоянно удовлетворять устойчивый спрос покупателей. В течение месяца в ассортименте магазина появилось 7 видов новых продуктов. Рассчитайте коэффициент устойчивости ассортимента
16.	В ассортименте хлебобулочного магазина в наличии имеется 35 наименований товаров ($Шб=100$), в т.ч. 6 видов хлеба однородной группы ($Пб=20$). 14 видов обладают способностью постоянно удовлетворять устойчивый спрос покупателей. В течение месяца в ассортименте магазина появилось 7 видов новых продуктов. Рассчитайте коэффициент новизны
17.	В ассортименте хлебобулочного магазина в наличии имеется 35 наименований товаров ($Шб=100$), в т.ч. 6 видов хлеба однородной группы ($Пб=20$). 14 видов обладают способностью постоянно удовлетворять устойчивый спрос покупателей. В течение месяца в ассортименте магазина появилось 7 видов новых продуктов. Рассчитать коэффициент рациональности ассортимента, если $K_{вш}=0,2$, $K_{вп}=0,2$, $K_{ву}=0,3$, $K_{вн}=0,3$
18.	Реализация в среднем за месяц то товарной категории составляет 3825,00 руб. Стандартное отклонение составляет 238,48 руб. Определите коэффициент вариации и группу ассортимента (X,Y,Z), в которую данная категория может попасть
19.	Реализация в среднем за месяц то товарной категории составляет 1950,00 руб. Стандартное отклонение составляет 855,86 руб. Определите коэффициент вариации и группу ассортимента (X,Y,Z), в которую данная категория может попасть
20.	Реализация в среднем за месяц то товарной категории составляет 900,00 руб. Стандартное отклонение составляет 158,11 руб. Определите коэффициент вариации и группу ассортимента (X,Y,Z), в которую данная категория может попасть
21.	Необходимо определить новизну (обновление) ассортимента в салоне-магазине, если известно общее количество продукции (150 моделей), а поступление новых моделей составляет 66.
22.	Коэффициент гармоничности некой товарной категории равен 0,150. Оцените сбалансированность ассортимента и предложите варианты развития ассортимента при необходимости.
23.	Коэффициент гармоничности некой товарной категории равен 0,350. Оцените сбалансированность ассортимента и предложите варианты развития ассортимента при необходимости.
24.	Необходимо определить коэффициент устойчивости ассортимента спортивных товаров, если известно, что всего спортивных товаров есть 2 наименования, а в ходе маркетинговых исследований установлено, что стойким спросом пользуется лишь 20 наименований.
25.	Необходимо определить коэффициент оптимального ассортимента, если известно, что затраты на проектировку, разработку, производство, доведения ассортимента до потребителя составляют 318 тыс. руб., а полезный эффект по назначению – 157 тыс. руб.
26.	Необходимо определить широту ассортимента купальных костюмов, если известно, что весь товар купальников в наличии составляет 86 наименований, а по каталогу должно быть

	89.
27.	Фактическое количество разновидностей товаров, имеющих в продаже составляет 41 артикул, количество разновидностей, предусмотренное ассортиментным перечнем и условиями договора – 54 артикула. Определите коэффициент глубины ассортимента.
28.	В магазине было проведено 15 проверок по определенному наименованию товара в течение 15 дней. Фактическое количество разновидностей (видов) товаров на момент отдельных проверок составляет 620 наименований, количество разновидностей (видов) товаров, предусмотренное ассортиментным перечнем- 54. Определите коэффициент устойчивости ассортимента.
29.	Количество новых разновидностей товаров, появившихся в момент проверки - 18; количество разновидностей – 54. Рассчитайте коэффициент обновления.
30.	Реализация в среднем за месяц то товарной категории составляет 4736,00 руб. Стандартное отклонение составляет 145,48 руб. Определите коэффициент вариации и группу ассортимента (X,Y,Z), в которую данная категория может попасть
31.	Реализация в среднем за месяц то товарной категории составляет 2320,00 руб. Стандартное отклонение составляет 931,86 руб. Определите коэффициент вариации и группу ассортимента (X,Y,Z), в которую данная категория может попасть
32.	Реализация в среднем за месяц то товарной категории составляет 876,00 руб. Стандартное отклонение составляет 147,11 руб. Определите коэффициент вариации и группу ассортимента (X,Y,Z), в которую данная категория может попасть
33.	Рассчитайте коэффициенты широты ассортимента. Отдел торгует рыбными консервами. Всего групп консервов 3 (натуральные, закусочные, из нерыбного водного сырья). В ассортиментном перечне определено 5 разновидности натуральных, 10 разновидностей - закусочных и 3 разновидности консервов из нерыбного водного сырья. Фактически - 5 разновидностей натуральных, 8 – закусочных, 4 – из нерыбного водного сырья.
34.	Рассчитайте полноту ассортимента. Можно выделить 46 видов шоколада, а в магазине присутствует 16.
35.	Всего в ассортиментном перечне хлебных изделий указаны 52 ассортиментные позиции. Но в мае месяце наблюдался выпуск только 48 позиций. Определите коэффициент полноты ассортимента.
36.	Необходимо определить новизну (обновление) ассортимента в салоне-магазине, если известно общее количество продукции (120 моделей), а поступление новых моделей составляет 42.

4. Типовые задания к практическим занятиям:

Тематика дискуссий:

1. Дискуссия по теме 2: «Концепция управления категориями товаров» на тему «Нужен ли категорийный менеджмент предприятиям розничной торговли?»

2. Дискуссия по теме 4: «Субъекты категорийного менеджмента» на тему: «Нужен ли категорийный менеджер в современной торговле, и если нужен, то в каких типах предприятий розничной торговли?»

3. Дискуссия по теме 6: «Процесс управления товарными категориями» на тему: «Нужно ли управлять товарными категориями и как организовать процесс управления, если он нужен?»

Задания для работы научных студенческих групп

1. Анализ товарной категории: определить действительные полноту, устойчивость, глубину и новизну одной товарной категории (по заданию преподавателя).

2. Научная конференция на тему «Практика применения управления ассортиментом».

3. Выполнение расчетно-графической работы «Методы управления ассортиментом» в соответствии с нижеприведенными этапами:

1) Выбор товарной категории;

- 2) Выбор сезона;
- 3) Выбор формата предприятия розничной торговли;
- 4) Расчет маржинального дохода.

Все параметры согласовываются с преподавателем, ведущим дисциплину.

5. Задание для контрольной работы:

Тема 1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ:

1. Обоснование необходимости применения концепции управления ассортиментом в современных условиях развития рыночных отношений.

2. Ассортиментные линии, торговые марки, товарные артикулы: понятие, краткая характеристика, примеры.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Анализ ассортиментной политики конкретного торгового предприятия с позиций управления ассортиментом.

Тема 2

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ:

1. Цели, задачи и принципы системы управления ассортиментом.

2. Типы категорийных товаров, их характеристика.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Направления развития и совершенствования ассортимента конкретного предприятия.

Тема 3

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ:

1. Метод ABC-анализа: понятие, сущность, назначение.

2. Концепция управления категориями товаров: понятие, сущность, основная идея, назначение, преимущества.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Состояние и перспективы развития потребительского рынка России.

6. Примеры тестов для контроля знаний:

Задание 1. Сопоставьте признак группировки товара в товарную категорию и его значение:

1. Функциональное назначение	А. Учет сохраняемости, размещения в торговом зале
2. Удобство	Б. Потребительские свойства товаров
3. Совместимость	В. Способность одних товаров использоваться вместо других
4. Гармонизация товаров	Г. Ощущение комфорта

а) 1-В, 2-Г, 3-Б, 4-А;

б) 1-Б, 2-Г, 3-В, 4-А;

в) 1-А, 2-Г, 3-Б, 4-В;

г) 1-Г, 2- Б, 3-В, 4-Г.

Задание 2. Категорийная политика фирмы предполагает:

а) реализацию ранее разработанной товарной политики;

б) выпуск и реализацию широкой номенклатуры товаров;

в) намерения и возможности, специально разработанные руководством организации в области категорийного менеджмента;

г) выпуск и реализацию узкой номенклатуры товаров.

Задание 3. Установите правильную последовательность операций подготовительного этапа внедрения методологии категорийного менеджмента:

А. Разработка категорийной политики

- Б. Пересмотр взаимоотношений с поставщиками
- В. Составление бизнес-плана
- Г. Пересмотр организационной структуры, функций и ответственности персонала
- Д. Разработка плана внедрения
- Е. Обоснование целесообразности внедрения
- а) Е, Д, В, А, Г, Б;
- б) Д, Е, А, Г, В, Б;
- в) Е, Д, В, Б, Г, А;
- г) Е, Д, А, Г, Б, В.

Задание 4. Определите роль товарной категории, которая характеризуется минимальными оборотом и прибылью вследствие низкой удельной доли в структуре ассортимента:

- а) базовая;
- б) сезонная;
- в) приоритетная;
- г) уникальная;
- д) удобная.

Задание 5. Выделите аналитические методы категорийного менеджмента:

- а) ABC-анализ;
- б) гармонизации структуры товарной категории;
- в) XYZ-анализ;
- г) категорийной систематизации ассортимента.

VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Проектирование предприятий общественного питания» представлены в нормативно-методических документах:

Положение об интерактивных формах обучения (<http://www.rea.ru>)

Положение об организации самостоятельной работы студентов (<http://www.rea.ru>)

Положение о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов (<http://www.rea.ru>)

Положение об учебно-исследовательской работе студентов (<http://www.rea.ru>)

Организация деятельности студента по видам учебных занятий, работам по дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации» представлена в таблице 6:

Таблица 6

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; отмечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Интерактивная лекция	требует от участников активного участия и постоянной обработки информации. Интерактивная лекция объединяет в себе аспекты традиционной лекции и тренинговой игры. Передача информации может осуществляться в проблемно-поисковой форме.

Контрольная работа	Проработка рабочей программы в соответствии с целями и задачами, структурой и содержанием дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка по вопросам для подготовки, просмотр рекомендуемой литературы.
Тестирование	Процесс и метод диагностики освоения изученного материала, использующий стандартизированные вопросы и задачи (тесты), имеющие определенную шкалу значений
Собеседование, дискуссия	Знакомство с основной и дополнительной литературой, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др. Выражение своей точки зрения
Работа студенческих научных групп	Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов, своего суждения и собственных наблюдений и исследований по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы.

VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» распределение баллов, формирующих рейтинговую оценку работы студента, осуществляется следующим образом, таблица 7.

Таблица 7

Виды работ	Максимальное количество баллов
Выполнение учебных заданий на учебных занятиях	20
Текущий и рубежный контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (зачет)	40
Итого:	100

Критерии оценки заданий текущего контроля успеваемости обучающегося в семестре

1) Расчет баллов по результатам текущего контроля

Расчет баллов по результатам текущего контроля представлен в таблице 8:

Таблица 8

Форма контроля	Наименование раздела (темы), выносимых на контроль	Форма проведения контроля	Количество баллов, максимально
Текущий контроль	Тема 1. Введение в концепцию управления ассортиментом	<i>тест</i>	1
		<i>Защита результатов работы студенческих научных групп</i>	2
	Тема 2. Концепция управления категориями товаров	<i>собеседование</i>	1
		<i>участие в дискуссии</i>	2
	Тема 3. Структура системы управления ассортиментом	<i>собеседование</i>	1
		<i>тест</i>	2
	Тема 4. Субъекты системы управления ассортиментом	<i>участие в дискуссии</i>	2
	Тема 5. Категорийная политика торговых организаций	<i>тест</i>	2
Тема 6. Процесс управления товарами категориями	<i>собеседование</i>	1	
	<i>участие в дискуссии</i>	2	

	Тема 7. Методы системы управления ассортиментом	<i>Защита результатов работы студенческих научных групп</i>	2
	Тема 8. Этапы внедрения системы управления ассортиментом	<i>Контрольная работа</i>	2
Всего			20

2) Критерии оценки курсовой работы

Курсовая работа учебным планом не предусмотрена.

3) Критерии оценки заданий к практическим занятиям

Собеседование – 1 балл

Критерии оценки результатов собеседования по одной из тем:

1,0 баллов - выставляется студенту, если студент не допускает ошибок в воспроизведении изученного материала; выделяет главные положения в изученном материале и не затрудняется в ответах на видеоизмененные вопросы;

0,5 баллов - выставляется студенту, если студент обнаруживает освоение основного материала, но испытывает затруднения при его самостоятельном воспроизведении и требует дополнительных наводящих вопросов преподавателя; предпочитает отвечать на вопросы воспроизводящего характера, испытывает затруднения при ответах.

Контрольная работа (текущий контроль) – 2 балла

2 балла выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умения уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений,

1,5 балла выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу его излагает, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе на теоретические вопросы или в решении задачи некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя

1,0 балл выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями, выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения, и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации,

0,5 балла выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания, выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.

Тестирование – 2 балла

Критерии оценки тестирования по разделу:

2,0 балла - выставляется студенту, если дано 85-100 % правильных ответов;

1,5 балла - выставляется студенту, если дано 70-84 % правильных ответов;

1,0 балла - выставляется студенту, если дано 50-69 % правильных ответов;

0,5 баллов - выставляется студенту, если дано 0-49 % правильных ответов;

4) Критерии оценки заданий к интерактивным занятиям

Защита результатов работы студенческих научных групп – 2 балла

2 балла выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов письменной работы и умения уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений,

1,5 балла выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу его излагает, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе на

теоретические вопросы или в решении задачи некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя,

1 балл выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями, выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения, и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации,

0,5 балла выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания, выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.

Дискуссия – 2 балла

2 балла - выставляется студенту при правильном применении теоретических знаний, при владении разносторонними навыками, активном обсуждении поставленной задачи и при активном обмене мнениями на добровольно-совещательной основе;

1 балл - выставляется студенту, если он практически не участвует в обсуждении и испытывает затруднения в ответах на вопросы.

Критерии оценки творческого рейтинга

Распределение баллов осуществляется по решению кафедры и результат распределения баллов за соответствующие виды работ представляется в виде следующей таблицы 9.

Таблица 9

Наименование раздела (темы) дисциплины	Вид работы	Количество баллов, максимально
Семестр 7		
Категорийная политика торговых организаций	Творческий проект 1. Описать реализацию категорийной политики какого-либо предприятия на примере выбранной товарной категории с представлением отчета об исследовании в виде презентации	10
Этапы внедрения системы управления ассортиментом в организации	Творческий проект 2. Проект по внедрению категорийного менеджмента в торговой организации с обоснованием необходимости внедрения и расчетом экономической эффективности, выполненный в виде презентации	10
Итого		20

Критерии оценки творческого рейтинга 1 проекта:

9-10 баллов ставится обучающемуся, владеющему высоким теоретическим и методическим уровнем решения профессиональных задач, продемонстрировавшему компетентность в вопросах использования методов научно-исследовательской деятельности, выполнившего проект в полном объеме, на высоком качественном уровне.

7-8 баллов заслуживает обучающийся, владеющий достаточным теоретическим и методическим уровнем решения профессиональных задач; проявивший сформированность умений научно-исследовательской деятельности; испытывающий некоторые затруднения в проектировании собственного исследования; который предоставил материалы в полном объеме, выполненные на хорошем качественном уровне.

5-6 баллов заслуживает обучающийся, выполнивший основные задачи задания, не проявляющий творческого, познавательного, исследовательского интереса в решении поставленных задач; испытывающий затруднения в работе.

0-4 балла заслуживает обучающийся, выполнивший проект с серьезными ошибками, или не выполнивший в полном объеме задание.

Критерии оценки промежуточной аттестации:

Экзамен по результатам изучения дисциплины «Управление ассортиментом торговой организации» в 7 семестре проводится в устной форме и соответствует **40 баллам**. Экзаменационный билет состоит из двух теоретических вопросов и одного практического задания, оформленного в виде задачи.

Оценка по результатам зачета выставляется исходя из следующих критериев: правильно отвеченный теоретический вопрос – 15 баллов, правильно выполненное практическое задание 10 баллов, максимально 40 баллов.

Итоговый балл формируется суммированием баллов за промежуточную аттестацию и баллов, набранных перед аттестацией в течение семестра. Для обучающихся очной формы применяется 100-балльная оценка знаний, для обучающихся заочной формы обучения – традиционная четырехбалльная система оценки знаний.

Таблица 10

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания

100-балльная система оценки	Традиционная четырехбалльная система оценки	Формируемые компетенции (индикаторы компетенций)	Критерии оценивания
85 – 100 баллов	«отлично» «зачтено»	ПК-1	Знает верно и в полном объеме: содержание процесса управления ассортиментом товаров, основные методы управления ассортиментом Умеет верно и в полном объеме планировать, обновлять, контролировать, анализировать и оценивать ассортимент товаров и услуг; определять структуру ассортимента, долю различных товарных групп в нем, рассчитывать основные показатели ассортимента; применять методы управления ассортиментом Владеет навыками верно и в полном объеме: принципами группировки и систематизации ассортимента, практическими навыками, принципами, приемами и методами управления ассортиментом товаров, методами анализа и оценки экономической эффективности ассортиментной политики торговой организации
		ПК-3	Знает верно и в полном объеме: основные принципы формирования потребностей покупателей с помощью системы маркетинговых коммуникаций в местах продаж, методики изучения потребителей и анализа маркетинговой информации; методы изучения спроса потребителей Умеет верно и в полном объеме: определять величину спроса, анализировать конъюнктуру товарного рынка, анализировать маркетинговую информацию, выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, формировать спрос с помощью маркетинговых коммуникаций в местах продаж Владеет навыками верно и в полном объеме: методами анализа, исследования и формирования потребностей покупателей при помощи маркетинговых коммуникаций в местах продаж
70 – 84 баллов	«хорошо» «зачтено»	ПК-1	Знает с незначительными замечаниями: содержание процесса управления ассортиментом товаров, основные методы управления ассортиментом Умеет с незначительными замечаниями: планировать, обновлять, контролировать, анализировать и оценивать ассортимент товаров и услуг; определять структуру ассорти-


			<p>мента, долю различных товарных групп в нем, рассчитывать основные показатели ассортимента; применять методы управления ассортиментом</p> <p>Владеет навыками с незначительными принципами группировки и систематизации ассортимента, практическими навыками, принципами, приемами и методами управления ассортиментом товаров, методами анализа и оценки экономической эффективности ассортиментной политики торговой организации</p>
		ПК-3	<p>Знает с незначительными замечаниями: основные принципы формирования потребностей покупателей с помощью системы маркетинговых коммуникаций в местах продаж, методики изучения потребителей и анализа маркетинговой информации; методы изучения спроса потребителей</p> <p>Умеет с незначительными замечаниями: определять величину спроса, анализировать конъюнктуру товарного рынка, анализировать маркетинговую информацию, выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, формировать спрос с помощью маркетинговых коммуникаций в местах продаж</p> <p>Владеет навыками с незначительными замечаниями: методами анализа, исследования и формирования потребностей покупателей при помощи маркетинговых коммуникаций в местах продаж</p>
50 – 69 баллов	«удовлетворительно» «зачтено»	ПК-1	<p>Знает на базовом уровне, с ошибками: содержание процесса управления ассортиментом товаров, основные методы управления ассортиментом</p> <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками: планировать, обновлять, контролировать, анализировать и оценивать ассортимент товаров и услуг; определять структуру ассортимента, долю различных товарных групп в нем, рассчитывать основные показатели ассортимента; применять методы управления ассортиментом</p> <p>Владеет на базовом уровне, с ошибками: принципами группировки и систематизации ассортимента, практически навыками, принципами, приемами и методами управления ассортиментом товаров, методами анализа и оценки экономической эффективности ассортиментной политики торговой организации</p>
		ПК-3	<p>Знает на базовом уровне, с ошибками: особенности основные принципы формирования потребностей покупателей с помощью системы маркетинговых коммуникаций в местах продаж, методики изучения потребителей и анализа маркетинговой информации; методы изучения спроса потребителей</p> <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками: определять величину спроса, анализировать конъюнктуру товарного рынка, анализировать маркетинговую информацию, выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, формировать спрос с помощью маркетинговых коммуникаций в местах продаж</p> <p>Владеет на базовом уровне, с ошибками: методами анализа, исследования и формирования потребностей покупателей при помощи маркетинговых коммуникаций в местах продаж</p>

менее 50 баллов	«неудовлетворительно» «не зачтено»	ПК-1	<p>Не знает на базовом уровне: содержание процесса управления ассортиментом товаров, основные методы управления ассортиментом</p> <p>Не умеет на базовом уровне: планировать, обновлять, контролировать, анализировать и оценивать ассортимент товаров и услуг; определять структуру ассортимента, долю различных товарных групп в нем, рассчитывать основные показатели ассортимента; применять методы управления ассортиментом</p> <p>Не владеет на базовом уровне: принципами группировки и систематизации ассортимента, практическими навыками, принципами, приемами и методами управления ассортиментом товаров, методами анализа и оценки экономической эффективности ассортиментной политики торговой организации</p>
		ПК-3	<p>Не знает на базовом уровне: основные принципы формирования потребностей покупателей с помощью системы маркетинговых коммуникаций в местах продаж, методики изучения потребителей и анализа маркетинговой информации; методы изучения спроса потребителей</p> <p>Не умеет на базовом уровне: определять величину спроса, анализировать конъюнктуру товарного рынка, анализировать маркетинговую информацию, выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, формировать спрос с помощью маркетинговых коммуникаций в местах продаж</p> <p>Не владеет на базовом уровне: методами анализа, исследования и формирования потребностей покупателей при помощи маркетинговых коммуникаций в местах продаж</p>

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ (АКТУАЛИЗАЦИИ)

1. Рабочая программа по учебной дисциплине с внесенными дополнениями и изменениями рекомендована к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания, протокол от 17.03.2020 № 8

И.о. зав. кафедрой

 Е.Н. Губа

Согласовано на заседании УМС Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, протокол от 19.03.2020 № 7

Председатель

 Г.Л. Авагян

Утверждено советом Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, протокол от 26.03.2020 № 11

Председатель

 А.В. Петровская

2. Рабочая программа с внесенными дополнениями и изменениями рекомендована к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания протокол от 17.02.2022 № 7

Заведующий кафедрой

 Е.Н. Губа

Согласовано на заседании УМС Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова протокол от 17.02.2022 № 4

Председатель

 Э.Г. Баладыга

Утверждено советом Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова протокол от 24.02.2022 № 10

Председатель

 А.В. Петровская

Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова
Карта обеспеченности дисциплины «Управление ассортиментом торговой организации»
учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами

Кафедра торговли и общественного питания
 ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело
 Направленность (профиль) программы Коммерция
 Уровень подготовки бакалавриат

№ п/п	Наименование, автор	Выходные данные	Количество печатных экземпляров (шт.)	Наличие в ЭБС (да/нет), название ЭБС	Количество экземпляров на кафедре (в лаборатории) (шт.)	Численность студентов (чел)	Показатель обеспеченности студентов литературой: = 1(при наличии в ЭБС); или =(столбец4/столбец7) (при отсутствии в ЭБС)
1	2	3	4	5	6	7	8
Основная литература							
1	Магомедов Ш.Ш. Управление товарным ассортиментом и запасами: Учебник для бакалавров /Ш.Ш.Магомедов. – 2-е изд.	М.: Дашков и К, 2020. - 174 с.- ISBN 978-5-394-03641-5. - Режим доступа: https://znanium.com/read?id=358159	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
2	Товарный менеджмент: Учебное пособие / под ред. Ивановой Т.Н.	М.:НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 234 с. ISBN 978-5-16-006908-1 - Режим доступа: https://znanium.com/read?id=355055	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
3	Категорийный менеджмент: Учебное пособие / В.М. Киселев, М.А. Николаева	М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 208 с.: 84x108 1/32. (обложка) ISBN 978-5-91768-424-6 - Режим доступа: https://znanium.com/read?id=355186	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
Всего				3			3
Дополнительная литература							
1	Управление маркетингом: Учебное пособие/Ю.Н.Егоров	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 238 с. - ISBN 978-5-16-010430-0. - Режим доступа: https://znanium.com/read?id=351756	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1

2	Товарный менеджмент: Учеб. пособие / Левушкина С.В.	Ставрополь: СГАУ, 2014. – 136 с. Режим доступа: https://znanium.com/read?id=76214	x	да, ЭБС «Znani»	x	x	1
3	Управление маркетингом: Учебник и практикум для бакалавров / Карпова С.В., Тюрин Д.В.	М.: Дашков и К, 2017. - 366 с. ISBN 978-5-394-02790-1 - Режим доступа: https://znanium.com/read?id=300655	x	да, ЭБС «Znani»	x	x	1
4	Николаева М.А. Товарная политика: Учебник для бакалавриата / М.А. Николаева	М.: Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 256 с. ISBN 978-5-91768-615-8 - Режим доступа: https://znanium.com/read?id=354945	x	да, ЭБС «Znani»	x	x	1
5	Маркетинговый анализ: Учеб. пособие / Н.А. Казакова	— М.: ИНФРА-М, 2014. — 240 с. ISBN 978-5-16-005220-5. Режим доступа: https://znanium.com/read?id=8032	x	да, ЭБС «Znani»	x	x	1
Всего				5			5

Преподаватель



(подпись)

М.А. Дубинина

И.о. зав. кафедрой



(подпись)

Е.Н. Губа

СОГЛАСОВАНО

Библиотекарь



(подпись)

Н.И. Криво

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
КРАСНОДАРСКИЙ ФИЛИАЛ

Кафедра торговли и общественного питания

Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»
Направленность (профиль) «Коммерция»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № __
по дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации»

1. Проблемы внедрения системы управления ассортиментом
2. Функции категорийного менеджера
3. Задание __

Преподаватель, к.э.н, доцент

М.А. Дубинина

(подпись)

И.о. зав. кафедрой, к.т.н., доцент

Е.Н. Губа

(подпись)

Утверждено на заседании кафедры от _____, протокол № _____