

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петровская Анна Викторовна
Должность: Директор
Дата подписания: 27.07.2023 14:05:45
Уникальный программный ключ:
798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199

Приложение 3
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело
направленность (профиль) программы Торговый менеджмент
и маркетинг (во внутренней и внешней торговле)

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. Плеханова

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра торговли и общественного питания

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.08 КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) программы
Торговый менеджмент и маркетинг (во внутренней и внешней торговле)

Уровень высшего образования *Бакалавриат*

Год начала подготовки 2022

Краснодар – 2021 г.

Составитель:

к.э.н., доцент кафедры торговли и
общественного питания

М.А. Дубинина

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры торговли и общественного
питания

протокол № 1 от «30» августа 2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	4
Цель и задачи освоения дисциплины	4
Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
Объем дисциплины и виды учебной работы	4
Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.....	5
II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	12
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА	12
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ	13
ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ.....	Ошибка! Залка не определена.
ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ.....	13
ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ.....	13
МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	13
IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	14
V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	14
VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	15
АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ	23

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель и задачи освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины «Категорийный менеджмент» - усвоение теоретических знаний в области управления ассортиментом торговой организации, приобретение умений их использования в условиях, моделирующих профессиональную деятельность, а также формирование умений по совершенствованию товарной политики.

Задачи учебной дисциплины «Категорийный менеджмент»:

- усвоение основных понятий в области категорийного менеджмента;
- рассмотрение целей, задач и принципов концепции категорийного менеджмента;
- формирует оптимальный набор товарных категорий в процессе закупочной деятельности;
- рассмотрение процесса управления товарными категориями, характеристика этапов этого процесса;
- формирование умений определять товарные категории и оценивать их эффективность;
- формирование предложений по продвижению товарных категорий.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Категорийный менеджмент», относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Показатели объема дисциплины *	Всего часов по формам обучения	
	очная	очно-заочная
Объем дисциплины в зачетных единицах	4 ЗЕТ	
Объем дисциплины в акад. часах	144	
Промежуточная аттестация: форма	экзамен	экзамен
Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего:	40	32
1. Аудиторная работа (Ауд.), акад. часов всего, в том числе:	36	28
• лекции	12	10
• практические занятия	24	18
• лабораторные занятия	-	-
в том числе практическая подготовка	-	-
2. Индивидуальные консультации (ИК)	-	-
3. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	-	-
4. Консультация перед экзаменом (КЭ)	2	2
5. Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк)	2	2
Самостоятельная работа (СР), всего:	104	102
в том числе:		

• самостоятельная работа в период экз. сессии (СРЭК)	32	32
• самостоятельная работа в семестре (СРС)	72	80
в том числе, самостоятельная работа на курсовую работу	-	-
• изучение ЭОР	-	-
• изучение онлайн-курса или его части	-	-
• выполнение индивидуального или группового проекта	-	-

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)	Результаты обучения (знания, умения)
ПК-1. Готов составлять планы и обоснования закупок	ПК-1.2. Организует утверждение плана закупок и плана-графика	ПК-1.2. У-1. Умеет подготавливать план закупок, план-график, вносить в них изменения
ПК-4. Готов к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-4.2. Формирует предложения по совершенствованию товарной политики	ПК-4.2 У-1. Умеет давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности товарной политики)
	ПК-4.5. Формирует предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	ПК-4.5 З-1. Знает психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях (при восприятии рекламы, акций по стимулированию продаж и других инструментов продвижения)

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 3

Этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций для студентов очной формы обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость, академические часы						Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Учебные задания для аудиторных занятий	Текущий контроль	Задания для творческого рейтинга (по теме(-ам)/разделу или по всему курсу в целом)
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа/ КЭ, Катгэк, Катг	Всего					
Семестр 5												
Раздел 1. Методологические основы категорийного менеджмента												
1.	Тема 1. Введение в концепцию категорийного менеджмента. Цели, задачи, предмет и структура учебной дисциплины. Основные понятия: категорийный менеджмент, категории товаров. Обоснование необходимости применения категорийного менеджмента в современных условиях	1	2	-	-	7/-	10	ПК-4.2 ПК-4.5	ПК-4.2 У-1 ПК-4.5. 3-1	О.	-	-
2.	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.	1	2	-	-	7/-	10	ПК-4.2 ПК-4.5	ПК-4.2 У-1 ПК-4.5. 3-1	О., Гр.д.	-	-
3.	Тема 3. Структура системы категорийного менеджмента. Цели, задачи, принципы, функции категорийного менеджмента. Объекты категорийного менеджмента - 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	1	2	-	-	7/-	10	ПК-4.2 ПК-4.5	ПК-4.2 У-1 ПК-4.5. 3-1	О.	Т., СЗ	-

4.	Тема 4. Субъекты системы категорийного менеджмента. Субъекты, осуществляющие управления ассортиментом, их взаимоотношения. Принцип паритета интересов в каналах товародвижения. Категорийные менеджеры: понятия, назначение, квалификационные требования к ним, сфера действий.	1	2	-	-	7/-	10	ПК-4.2 ПК-4.5	ПК-4.2 У-1 ПК-4.5. 3-1	Гр.д.	-	-
5.	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.	2	4	-	-	12/-	18	ПК-1.2 ПК-4.2 ПК-4.5	ПК-1.2. У-1 ПК-4.2. У-1 ПК-4.5. 3-1	-	Т.	Ин.п.
Раздел 2. Оперативный категорийный менеджмент												
6.	Тема 6. Процесс управления товарными категориями. Этапы процесса управления: определение категории; планирование категорий; установление возможностей для работы с категорией; внедрение управления категорией. Эффект от сотрудничества участников канала товародвижения. Критерии определения товарных категорий. 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.	2	4	-	-	10/-	16	ПК-1.2 ПК-4.2 ПК-4.5	ПК-1.2. У-1 ПК-4.2. У-1 ПК-4.5. 3-1	О., Гр.д.	-	-

7.	Тема 7. Методы системы категорийного менеджмента. Методы управления ассортиментом: понятие, назначение, классификация. Методы систематизации ассортимента товаров: категорийная систематизация, гармонизация структуры товарной категории, управление доступностью товарного предложения. Аналитические методы: ABC-анализ, оптимизация товарной категории. Схема взаимодействия участников по управлению ассортиментом товаров в концепции паритета потребностей.	2	4	-	-	12/-	18	ПК-4.2 ПК-4.5	ПК-4.2. У-1 ПК-4.5. 3-1	-	СЗ	-
8.	Тема 8. Этапы внедрения системы категорийного менеджмента на предприятии. 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	2	4	-	-	10/-	16	ПК-4.2 ПК-4.5	ПК-4.2. У-1 ПК-4.5. 3-1	-	КР	Ин.п.
	<i>Консультация перед экзаменом (КЭ)</i>	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	<i>Контактная работа по промежуточной аттестации (Каттэк)</i>	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	<i>Самостоятельная работа в период экзаменационной сессии (СРэк)</i>	-	-	-	-	32/-	32	-	-	-	-	-
	Итого	12	24	-	-	104/4	144	-	-	-	-	-

Таблица 4

Этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций для студентов очно-заочной формы обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоёмкость, академические часы						Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Учебные задания для аудиторных занятий	Текущий контроль	Задания для творческого рейтинга (по теме(-ам)/разделу или по всему курсу в целом)
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа/ КЭ, Каттэк, Катт	Всего					
Семестр 7												
Раздел 1. Методологические основы категорийного менеджмента												
1.	Тема 1. Введение в концепцию категорийного менеджмента. Цели, задачи, предмет и структура учебной дисциплины. Основные понятия: категорийный менеджмент, категории товаров. Обоснование необходимости применения категорийного менеджмента в современных условиях	1	2	-	-	7	10	ПК-4.2 ПК-4.5	ПК-4.2 У-1 ПК-4.5. 3-1	О.	-	-
2.	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.	1	2	-	-	7	10	ПК-4.2 ПК-4.5	ПК-4.2 У-1 ПК-4.5. 3-1	О., Гр.д.	-	-
3.	Тема 3. Структура системы категорийного менеджмента. Цели, задачи, принципы, функции категорийного менеджмента. Объекты категорийного менеджмента - 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	-	2	-	-	8	10	ПК-4.2 ПК-4.5	ПК-4.2 У-1 ПК-4.5. 3-1	О.	Т., СЗ	-

4.	Тема 4. Субъекты системы категорийного менеджмента. Субъекты, осуществляющие управления ассортиментом, их взаимоотношения. Принцип паритета интересов в каналах товародвижения. Категорийные менеджеры: понятия, назначение, квалификационные требования к ним, сфера действий.	-	2	-	-	10	10	ПК-4.2 ПК-4.5	ПК-4.2 У-1 ПК-4.5. 3-1	Гр.д.	-	-
5.	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.	2	2	-	-	12	18	ПК-1.2 ПК-4.2 ПК-4.5	ПК-1.2. У-1 ПК-4.2. У-1 ПК-4.5. 3-1	-	Т.	Ин.п.
Раздел 2. Оперативный категорийный менеджмент												
6.	Тема 6. Процесс управления товарными категориями. Этапы процесса управления: определение категории; планирование категорий; установление возможностей для работы с категорией; внедрение управления категорией. Эффект от сотрудничества участников канала товародвижения. Критерии определения товарных категорий. 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.	2	2	-	-	12	16	ПК-1.2 ПК-4.2 ПК-4.5	ПК-1.2. У-1 ПК-4.2. У-1 ПК-4.5. 3-1	О., Гр.д.	-	-

7.	Тема 7. Методы системы категорийного менеджмента. Методы управления ассортиментом: понятие, назначение, классификация. Методы систематизации ассортимента товаров: категорийная систематизация, гармонизация структуры товарной категории, управление доступностью товарного предложения. Аналитические методы: ABC-анализ, оптимизация товарной категории. Схема взаимодействия участников по управлению ассортиментом товаров в концепции паритета потребностей.	2	4	-	-	12	18	ПК-4.2 ПК-4.5	ПК-4.2. У-1 ПК-4.5. 3-1	-	СЗ	-
8.	Тема 8. Этапы внедрения системы категорийного менеджмента на предприятии. 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	2	2	-	-	12	16	ПК-4.2 ПК-4.5	ПК-4.2. У-1 ПК-4.5. 3-1	-	КР	Ин.п.
	<i>Консультация перед экзаменом (КЭ)</i>	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	<i>Контактная работа по промежуточной аттестации (Каттэк)</i>	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	<i>Самостоятельная работа в период экзаменационной сессии (СРэк)</i>	-	-	-	-	32/-	32	-	-	-	-	-
	Итого	10	18	-	-	102/4	144	-	-	-	-	-

Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:

Опрос (О.)

Групповая дискуссия (Гр.д.)

Формы текущего контроля:

Тест (Т.)

Контрольные работы (КР)

Ситуационные задания (СЗ)

Формы заданий для творческого рейтинга:

Индивидуальный проект (Ин.п.)

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

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. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=358159>

2. Макурин, М. Г. Секреты эффективного управления ассортиментом: практическое пособие / М. Г. Макурин. – М.: Финансы и Статистика, 2021. - 124 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=382022>

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:

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. 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. 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. Максимец, Н. В. Мерчандайзинг с основами ассортиментной политики: учебное пособие / Н. В. Максимец. - Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2017. - 100 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=399212>

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>

Нормативные правовые документы:

1. Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями). - http://ivo.garant.ru/#/basesearch/Закон_о_торговле:0

2. Гражданский кодекс Российской Федерации часть вторая от 26 января 1996 г. N 14-ФЗ, часть третья от 26 ноября 2001 г. N 146-ФЗ и часть четвертая от 18 декабря 2006 г. N 230-ФЗ – <http://ivo.garant.ru/#/document/10164072/entry/0:8>

3. ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. «Торговля. Термины и определения» (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N582-ст) - http://www.baikonuradm.ru/userfiles/file/2016jul/GOST%20R%2051303_2013_.pdf

4. ГОСТ Р 51304-2009 Национальный стандарт Российской Федерации. «УСЛУГИ ТОРГОВЛИ Общие требования» (утв. Приказом Росстандарта от от 15 декабря 2009 г. № 769-ст) - <http://base1.gostedu.ru/59/59360/index.htm>

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. Информационная справочно-правовая система Консультант плюс (локальная версия)
2. Справочно-правовая система Гарант (локальная версия)

ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ

1. Библиографическая и реферативная база данных Scopus <https://www.elsevier.com/solutions/scopus>
2. Исследовательская база данных EBSCO <https://www.ebsco.com/>
3. База данных PATENTSCOPE <https://patentscope.wipo.int/search/ru/search.jsf>
4. База данных стандартов и регламентов Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт) <https://www.rst.gov.ru/portal/gost/home/standarts/catalognational>

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/>

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
5. Adobe Acrobat Reader DC

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «*Категорийный менеджмент*» обеспечена:

для проведения занятий лекционного типа:

- учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью, мультимедийными средствами обучения для демонстрации лекций-презентаций;

для проведения занятий семинарского типа (практические занятия):

- учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации: ноутбук (переносной) с установленным ПО, подключением к Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета, принтер, учебно-наглядные пособия;

для самостоятельной работы:

- помещением для самостоятельной работы, оснащенным компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

- Методические рекомендации по организации и выполнению внеаудиторной самостоятельной работы
- Методические указания по подготовке и оформлению рефератов
- Положение о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов
- Положение об учебно-исследовательской работе студентов
- Методическое пособие по выполнению контрольной работы
- Методическое пособие по проведению практических занятий и организации самостоятельной работы.

V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы обучающегося. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы обучающегося осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в процессе освоения дисциплины «Категорийный менеджмент» в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Таблица 5

Виды работ	Максимальное количество баллов
Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях	20
Текущий контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (экзамен)	40
ИТОГО	100

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний обучающихся «преподаватель кафедры, непосредственно ведущий занятия со студенческой группой, обязан проинформировать группу о распределении рейтинговых баллов по всем видам работ на первом занятии учебного модуля (семестра), количестве

модулей по учебной дисциплине, сроках и формах контроля их освоения, форме промежуточной аттестации, снижении баллов за несвоевременное выполнение выданных заданий. Обучающиеся в течение учебного модуля (семестра) получают информацию о текущем количестве набранных по дисциплине баллов через личный кабинет студента».

VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные средства по дисциплине разработаны в соответствии с Положением о фонде оценочных средств в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Типовой перечень вопросов к экзамену:

1. Определение термина «товар».
2. 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. Номенклатура 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 товародвижения.
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 на новые товарные категории.
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.

Типовые тестовые задания:

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.

Типовые ситуационные задания:

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.

Примеры вопросов для опроса:

1. В чем заключаются основные задачи формирования ассортиментной политики?
2. Назовите специфические свойства ассортимента и принципы их определения.
3. Назовите основные пути формирования ассортимента.
4. Как классифицируют ассортимент в зависимости от различных факторов?
5. Для чего необходимы нормирование и планирование товарных запасов организации?
6. На какие группы подразделяют потребителей по их отношению к новым товарам?
7. Какие методы анализа используются в системе управления ассортиментом?
8. Какие этапы включает концепция управления товарным ассортиментом, разработанная Ф.Котлером?
9. Какими способами магазин может увеличить длину товарной линии?
10. Перечислите задачи управления товарным ассортиментом.
11. На каких принципах основывается управление товарным ассортиментом?
12. Какие показатели используются для оценки товарного ассортимента?

Примеры тем групповых 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?»

Тематика индивидуальных проектов:

1. Индивидуальный творческий проект 1. Описать реализацию категорийной политики какого-либо предприятия на примере выбранной товарной категории с представлением отчета об исследовании в виде презентации.
2. Индивидуальный творческий проект 2. Проект по внедрению категорийного менеджмента в торговой организации с обоснованием необходимости внедрения и расчетом экономической эффективности, выполненный в виде презентации.

Типовая структура экзаменационного билета

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
<i>Вопрос 1</i>	<i>15</i>
<i>Вопрос 2</i>	<i>15</i>
<i>Практическое задание</i>	<i>10</i>

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

Таблица 6

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«отлично»	ПК-1 ПК-4	ПК-1.2 ПК-4.2 ПК-4.5	Знает верно и в полном объеме: психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях (при восприятии рекламы, акций по стимулированию продаж и других инструментов продвижения) Умеет верно и в полном объеме: подготавливать план закупок, план-график, вносить в них изменения; давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности товарной политики)	Продвинутый
70 – 84 баллов	«хорошо»	ПК-1 ПК-4	ПК-1.2 ПК-4.2 ПК-4.5	Знает с незначительными замечаниями: психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях (при восприятии рекламы, акций по стимулированию продаж и других инструментов продвижения) Умеет с незначительными замечаниями: подготавливать план закупок, план-график, вносить в них изменения; давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности товарной политики)	Повышенный
50 – 69 баллов	«удовлетворительно»	ПК-1 ПК-4	ПК-1.2 ПК-4.2 ПК-4.5	Знает на базовом уровне, с ошибками: психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях (при восприятии рекламы, акций по стимулированию продаж и других инструментов продвижения) Умеет на базовом уровне, с	Базовый

				ошибками: подготавливать план закупок, план-график, вносить в них изменения; давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности товарной политики)	
менее 50 баллов	«неудовлетворительно»	ПК-1 ПК-4	ПК-1.2 ПК-4.2 ПК-4.5	Не знает на базовом уровне: психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях (при восприятии рекламы, акций по стимулированию продаж и других инструментов продвижения) Не умеет на базовом уровне: подготавливать план закупок, план-график, вносить в них изменения; давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности товарной политики)	Компетенции не сформированы

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. Плеханова

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра торговли и общественного питания

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.08 КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки **38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**

Направленность (профиль) программы
ТОРГОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ (ВО ВНУТРЕННЕЙ И
ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ)

Уровень высшего образования **Бакалавриат**

Краснодар – 2021 г.

1. Цель и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Категорийный менеджмент» - усвоение теоретических знаний в области управления ассортиментом торговой организации, приобретение умений их использования в условиях, моделирующих профессиональную деятельность, а также формирование умений по совершенствованию товарной политики.

Задачи учебной дисциплины «Категорийный менеджмент»:

- усвоение основных понятий в области категорийного менеджмента;
- рассмотрение целей, задач и принципов концепции категорийного менеджмента;
- формирует оптимальный набор товарных категорий в процессе закупочной деятельности;
- рассмотрение процесса управления товарными категориями, характеристика этапов этого процесса;
- формирование умений определять товарные категории и оценивать их эффективность;
- формирование предложений по продвижению товарных категорий.

2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Раздел 1. Методологические основы категорийного менеджмента
2.	Тема 1. Введение в концепцию категорийного менеджмента
3.	Тема 2. Концепция управления категориями товаров
4.	Тема 3. Структура системы категорийного менеджмента
5.	Тема 4. Субъекты системы категорийного менеджмента
6.	Тема 5. Категорийная политика торговых организаций
7.	Раздел 2. Оперативный категорийный менеджмент
8.	Тема 6. Процесс управления товарными категориями
9.	Тема 7. Методы системы категорийного менеджмента
10.	Тема 8. Этапы внедрения системы категорийного менеджмента на предприятии
Трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е. / 144 часа	

Форма контроля – экзамен

Разработчик:

М.А. Дубинина, доцент кафедры торговли и общественного питания Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова