


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петровская Анна Викторовна
Должность: Директор
Дата подписания: 09.10.2024 14:22:29
Уникальный программный ключ:
798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199

Приложение 6 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. Плеханова

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

УТВЕРЖДЕНО
Протоколом заседания кафедры
товарной экспертизы, технологии торговли и
ресторанного бизнеса
от «28» февраля 2023 № 7
Зав. КТРБ, к.т.н., доц.  Губа

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
для студентов приема 2020 г.**

Б1.В.14 УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

**Направление подготовки
38.03.06 Торговое дело**

**Направленность (профиль) программы
«Коммерция»**

Уровень высшего образования Бакалавриат

Программа подготовки академический бакалавриат

Составитель:
к.э.н., доцент



М.А. Дубинина

Краснодар
2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	3
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РАЗРАБОТКИ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ	3
3. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	4
4. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....	5
5. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ	6
6. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ИНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	9
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	9
ПРИЛОЖЕНИЯ:	
1. <i>Комплект тестовых заданий для входного контроля.....</i>	11
2. <i>Комплект тестовых заданий по теме: «Структура системы управления ассортиментом».....</i>	15
3. <i>Комплект тестовых заданий по теме: «Категорийная политика торговых организаций».....</i>	19
4. <i>Задания для работы студенческих научных групп.....</i>	23
5. <i>Вопросы для собеседования.....</i>	25
6. <i>Перечень тем дискуссий.....</i>	26
7. <i>Комплект заданий для выполнения контрольной работы.....</i>	28
8. <i>Перечень вопросов, практических заданий к экзамену.....</i>	29
9. <i>Образец экзаменационного билета.....</i>	35
Лист регистрации изменений.....	36

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Оценочные материалы по учебной дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации» являются неотъемлемой частью нормативно-методического обеспечения системы оценки знаний и уровня сформированности компетенций обучающихся направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» направленности (профиля) программы «Коммерция» и обеспечивает качество образовательного процесса.

Оценочные материалы входят в состав ОПОП ВО, представляет собой совокупность контролирующих материалов, предназначенных для измерения уровня достижения обучающихся установленных результатов обучения, указанных в рабочей программе учебной дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине используются при входном контроле уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины, при проведении текущего контроля успеваемости (контроля самостоятельной работы) и промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине с учетом требований:

«Положения о текущем контроле, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о разработке основных профессиональных образовательных программ подготовки бакалавров, специалистов и магистров в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Входной контроль уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины проводится с целью определения реального уровня профессиональной подготовки обучающихся в процессе изучения смежных дисциплин.

Виды оценочных материалов по учебной дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации» соответствуют образовательным технологиям, представленным в рабочей программе учебной дисциплины, в календарно-тематическом плане учебной дисциплины.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РАЗРАБОТКИ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Целью разработки оценочных материалов по учебной дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации» является установление соответствия знаний и уровня сформированности компетенций студента на данном этапе обучения требованиям рабочей программы учебной дисциплины.

Задачи, решаемые при помощи оценочных материалов по учебной дисциплине:

-управление процессом приобретения студентами необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенций, определенных в ФГОС ВО по соответствующему направлению подготовки;

-оценка достижений студентов в процессе изучения учебной дисциплины;

-обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс;

- оценка степени освоения основных понятий в области управления ассортиментом, понимания целей, задач и принципов управления ассортиментом, процесса управления товарными категориями;

- сформировать умения определять товарные категории и оценивать их эффективность.

3. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Изучение учебной дисциплины «Управление ассортиментом торговой организации» направлено на формирование следующих компетенций:

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.

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.

Основными этапами формирования данных компетенций при изучении дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебной дисциплины. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями.

Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций обучающимися.

Этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины (таблица 1):

Таблица 1

Разделы (темы) дисциплины (модулей)	Формируемые компетенции (коды компетенций)	
	ПК-1	ПК-3
Тема 1. Введение в концепцию управления ассортиментом	+	+
Тема 2. Концепция управления категориями товаров	+	+
Тема 3. Структура системы управления ассортиментом	+	+
Тема 4. Субъекты системы управления ассортиментом	+	+
Тема 5. Категорийная политика торговых организаций	+	+
Тема 6. Процесс управления товарными категориями	+	+
Тема 7. Методы системы управления ассортиментом	+	+
Тема 8. Этапы внедрения системы управления ассортиментом на предприятии	+	+

4. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ»

Оценочные материалы по учебной дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации» включает контрольные материалы для проведения входного контроля уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины, текущего контроля и промежуточной аттестации с указанием этапов формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, таблица 2:

Таблица 2

Контролируемые разделы, темы дисциплины (в соответствии с РПД или программой практики)	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Оценочные материалы		
		тестовые задания, кол-во	другие оценочные материалы	
			вид	кол-во (комплект, перечень)
Входной контроль				
1. Введение в концепцию управления ассортиментом	ПК-1, ПК-3	30	Тест	1
Текущий контроль				
1. Введение в концепцию управления ассортиментом	ПК-1, ПК-3	-	Задания для работы студенческих научных групп	1
Тема 2. Концепция управления категориями товаров	ПК-1, ПК-3	-	Вопросы для собеседования Вопросы к дискуссии	1 1
Тема 3. Структура системы управления ассортиментом	ПК-1, ПК-3	20	Вопросы для собеседования	1
Тема 4. Субъекты системы управления ассортиментом	ПК-1, ПК-3	-	Вопросы к дискуссии	1
Тема 5. Категорийная политика торговых организаций	ПК-1, ПК-3	20	Тесты	1
Тема 6. Процесс управления товарными категориями	ПК-1, ПК-3	-	Вопросы для собеседования Вопросы к дискуссии	1 1
Тема 7. Методы системы управления ассортиментом	ПК-1, ПК-3	-	Задания для работы студенческих научных групп	1
Тема 8. Этапы внедрения системы управления ассортиментом на предприятии	ПК-1, ПК-3	-	Задание для контрольной работы	1
Промежуточная аттестация	ПК-1, ПК-3	-	Вопросы к экзамену Экзаменацион- ные билеты	1 1
Всего	ПК-1, ПК-3	70	7	14

5. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

Контроль сформированности компетенции осуществляется с позиции оценивания составляющих ее частей по трёхкомпонентной структуре компетенции: знать, уметь, владеть и (или) иметь опыт деятельности.

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием разделов (тем) дисциплины (см. Раздел II «Содержание дисциплины» РПД).

Оценивание компетенций в рамках изучения данной дисциплины осуществляется в форме текущего и промежуточного контроля.

В рамках текущего контроля оценивается отдельно взятая компетенция на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины знаний, умений и навыков. В ходе изучения данной дисциплины осваивается определенный этап формирования компетенции.

В рамках промежуточного контроля осуществляется оценка уровня обученности по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения дисциплины. При оценке обучаемого в процессе определения уровня освоения учебной дисциплины в качестве основного критерия выступает наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

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 3).

Таблица 3

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	<p>Знает верно и в полном объеме: содержание процесса управления ассортиментом товаров, основные методы управления ассортиментом</p> <p>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</p> <p>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</p>

		ПК-3	<p>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</p> <p>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</p> <p>Владеет навыками верно и в полном объеме: методами анализа, исследования и формирования потребностей покупателей при помощи маркетинговых коммуникаций в местах продаж</p>
70 – 84 баллов	«хорошо» «зачтено»	ПК-1	<p>Знает с незначительными замечаниями: содержание процесса управления ассортиментом товаров, основные методы управления ассортиментом</p> <p>Умеет с незначительными замечаниями: 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 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, практическими 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>

Оценка «Неудовлетворительно» ставится также в случаях, если студент не приступал к выполнению задания, списывал, фальсифицировал данные и результаты работы. Результирующая оценка по итогам текущего контроля рассчитывается как сумма взвешенных оценок, полученных по итогам выполнения всех заданий.

Фонды оценочных средств сформированы на бумажном и электронном носителях и хранятся на кафедре.

На сайте филиала в свободном доступе для студентов размещены фонды оценочных средств: для подготовки к практическим занятиям, выполнению самостоятельной работы, вопросы к экзамену.

6. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ИНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Текущий контроль

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение периода теоретического обучения по всем видам аудиторных занятий и самостоятельной работы обучающегося в соответствии с утвержденным графиком учебного процесса, а также проведения научно-исследовательской работы, практик.

Типовые контрольные задания и иные оценочные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности представлены в Приложениях 1-7.

Промежуточная аттестация

Вопросы для проведения промежуточной аттестации соотносятся соответственно со знаниевыми компонентами, умениями, навыками, характеризующими этапы формирования компетенций в рамках изучаемой дисциплины.

Вопросы к экзамену с практическими заданиями и образец экзаменационного билета представлены в Приложениях 8-9.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценка знаний, умений, навыков, и (или) опыта деятельности, характеризующая этапы формирования компетенций в результате освоения дисциплины проводится в форме текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости обучающихся - текущая аттестация - проводится в течение семестра в ходе аудиторных и внеаудиторных занятий с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по ее корректировке, совершенствованию методики обучения, организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

Контроль за выполнением обучающимися каждого вида работ проводится поэтапно и служит основанием для промежуточной аттестации по дисциплине. Все виды текущего контроля осуществляются в процессе контактной работы преподавателя с обучающимся.

Каждая форма контроля по дисциплине включает в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень освоения обучающимися знаний и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и навыков, характеризующие этапы формирования компетенций.

Процедура оценивания знаний, умений и (или) опыта деятельности, обучающихся основывается на следующих принципах:

1. Регулярность и периодичность проведения оценки (на каждом занятии).
2. Надежность, использование единообразных стандартов и критериев оценивания.
3. Справедливость – разные обучающиеся должны иметь равные возможности.
4. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
5. Соблюдение последовательности проведения оценки: развитие компетенций идет по возрастанию - поэтапно, и оценочные средства на каждом этапе учитывают это развитие.

6. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекса мер по устранению недостатков и дальнейшему развитию.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится с целью определения соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по дисциплине требованиям ФГОС ВО. Промежуточная аттестация проводится после завершения изучения дисциплины в соответствии с рабочей программой. Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности (таблица 4).

Таблица 4

Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства по дисциплине	Методы оценки результатов
1. Тест	Средство, позволяющее оценить уровень знаний студента путем выбора им одного из нескольких вариантов ответов на поставленный вопрос. Возможно использование тестовых вопросов, предусматривающих ввод обучающимся короткого и однозначного ответа на поставленный вопрос.	Тестовое задание входного контроля (Приложение 1), тесты по темам (приложение 2-3)	экспертный
2. Задания для работы студенческих научных групп	Средство, позволяющее оценить умение студента работать в команде, распределять и выполнять поставленные задачи, письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ фактических данных, делать выводы и разрабатывать рекомендации.	Практическое задание (Приложение 4)	экспертный
3. Вопросы для собеседования	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя со студентами	Вопросы по темам, разделам дисциплины (Приложение 5)	экспертный
4. Вопросы к дискуссии	Процесс обсуждения спорных вопросов, проблем и оценка умения студентов аргументировать собственную точку зрения	Перечень проблемных вопросов (Приложение 6)	экспертный
5. Задания для контрольной работы	Средство, позволяющее оценить уровень знаний студента путем развернутых письменных ответов на поставленные вопросы.	Вопросы по теме (Приложение 7)	экспертный
6. Экзамен	Средство, позволяющее оценить уровень знаний студента в письменной или устной форме по всем темам, разделам изученной дисциплины	Вопросы к экзамену (Приложение 8), экзаменационные билеты (Приложение 9)	экспертный

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

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

**Комплект тестов входного контроля
по дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации»**

Выберите один вариант ответа:

1. Тестовый вопрос 1:

Понятие «ассортимент товаров» представляет собой:

- а) Объем реализованной продукции
- б) Набор товаров, объединенных по какому-либо одному или совокупности классификационных признаков
- в) Систематизированный перечень товаров
- г) Объем производства продукции на предприятии

2. Тестовый вопрос 2:

Стратегия создания товаров, которые морально устаревают прежде, чем выходят из строя, называется:

- а) Модификация товара
- б) Запланированное устаревание
- в) Повышение качества
- г) Прочное внедрение на рынок
- д) Продуктовая инновация

3. Тестовый вопрос 3:

Процесс подкрепления реакции на купленный товар выражается в приобретении:

- Другой разновидности товара конкурирующей марки
- Того же товара той же марки
- Аналогичного товара другой марки
- Нескольких аналогичных товаров различных марок
- =Другой разновидности товара той же марки

4. Тестовый вопрос 4:

Ассортимент товаров – это:

- а) Набор товаров, формируемый по определенным признакам и удовлетворяющий разнообразные, аналогичные и индивидуальные потребности
- б) Перечень однородных товаров
- в) Перечень товаров, предназначенных для обязательной сертификации.

5. Тестовый вопрос 5:

Товарная номенклатура – это:

- а) Набор товаров, формируемый организацией торговли
- б) Перечень однородных и разнородных товаров общего или аналогичного назначения
- в) Перечень товаров, предназначенных для сертификации

6. Тестовый вопрос 6:

Ассортимент товаров предназначен для:

- а) Удовлетворения потребностей потребителей
- б) Регламентирования определенной профессиональной деятельности
- в) Разработки стандартов

7. Тестовый вопрос 7:

Товарная номенклатура предназначена для:

- а) Регламентирования определенной профессиональной деятельности или иной сферы применения
- б) Удовлетворения потребностей потребителей

в) Градации качества товаров одного вида и наименования.

8. Тестовый вопрос 8:

Промышленный ассортимент – это:

- а) Набор товаров, выпускаемый изготовителем исходя из его производственных возможностей
- б) Набор товаров, формируемый на предприятии торговли
- в) Набор товаров, предоставленный небольшим количеством групп товаров

9. Тестовый вопрос 9:

Торговый ассортимент – это:

- а) Набор товаров, предоставленный значительным количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров
- б) Набор товаров, формируемый организацией торговли или общественного питания с учетом ее специализации, потребительского спроса и материально-технической базы
- в) Набор товаров, предоставленный небольшим количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров

10. Тестовый вопрос 10:

Простой ассортимент – это:

- а) Набор товаров, предоставленный небольшим количеством групп, видов и наименований, которые удовлетворяют ограниченное число потребностей
- б) Набор товаров, удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом для потребителя при минимальных затратах на их проектирование, разработку производства и доведение до потребителей
- в) Набор товаров, которые выполняют вспомогательные функции и не относятся к основным для данной организации

11. Тестовый вопрос 11:

Сложный ассортимент – это:

- а) Набор товаров, формируемый организацией торговли с учетом ее специализации, потребительского спроса, материально-технической базы
- б) Набор товаров, предоставленный значительным количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров, которые удовлетворяют разнообразные потребности в товарах
- в) Набор товаров, который выполняет значительное количество подгрупп, видов, разновидностей и наименований.

12. Тестовый вопрос 12:

Рациональный ассортимент – это:

- а) Набор товаров, наиболее полно удовлетворяющий реально обоснованные потребности, которые обеспечивают максимальное качество жизни при определенном уровне развития науки, техники и технологии
- б) Набор товаров удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом для потребителя при минимальных затратах на их проектирование, разработку, производство и доведение до потребителей
- в) Действительный набор товаров имеющийся в конкретной организации изготовителя или продавца

Выберите несколько вариантов ответа:

13. Тестовый вопрос 13:

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

- а) Картины
- б) Продукты питания
- в) Мелкая бытовая химия
- г) Одежда

14. Тестовый вопрос 14:

Товарами предварительного выбора являются:

- а) Авиабилеты
- б) Продукты питания
- в) Одежда
- г) Бытовая техника;
- д) Товары для экстренных случаев

15. Тестовый вопрос 15:

К товарам пассивного спроса относят:

- а) Детская энциклопедия
- б) Автомобиль
- в) Страховка жизни
- г) Путешествие

16. Тестовый вопрос 16:

К товарам особого спроса относят:

- а) Товары с уникальными свойствами
- б) Товары определенных торговых марок
- в) Товары для экстренных случаев
- г) Товары импульсной покупки

17. Тестовый вопрос 17:

К товарам особого спроса относят:

- а) Ручные часы Rolex
- б) Автомобиль Mercedes
- в) Постеры знаменитых картин
- г) Энциклопедии

18. Тестовый вопрос 18:

Потребитель затрачивает много времени и сил на сбор сведений о товарах:

- а) Мебель
- б) Продукты питания
- в) Путешествие
- г) Бытовая химия

19. Тестовый вопрос 19:

Виды ассортимента по степени удовлетворения потребностей:

- а) Промышленный
- б) Рациональный
- в) Оптимальный
- г) Развернутый

20. Тестовый вопрос 20:

Разновидность ассортимента по характеру потребностей:

- а) Реальный
- б) Торговый
- в) Простой
- г) Прогнозируемый

Установите соответствие:

21. Тестовый вопрос 21:

Установите соответствие между понятиями и их содержанием:

- | | |
|--------------------------|---|
| 1. Товарная единица | А. Тюбик зубной пасты |
| 2. Товарный ассортимент | Б. Все виды зубной пасты, которые продаются в данном магазине |
| 3. Товарная номенклатура | В. Все виды товаров, которые продаются в данном магазине |

22. Тестовый вопрос 22:

Соответствие этапа жизненного цикла товара и характеристики прибыли

- | | |
|-----------------------|--------------------------|
| 1. Зрелость | А. Стабильная |
| 2. Упадок | Б. Убывающая |
| 3. Выведение на рынок | В. Отсутствует |
| 4. Рост | Г. Стремительно растущая |

23. Тестовый вопрос 23:

Установите соответствие этапа жизненного цикла товара и характеристик товара:

- | | |
|-----------------------|------------------------|
| 1. Выведение на рынок | А. Базовый вариант |
| 2. Рост | Б. Усовершенствованный |
| 3. Зрелость | В. Дифференцированный |
| 4. Упадок | Г. Упрощенный |

24. Тестовый вопрос 24:

Установите соответствие типа розничного торговца и вида ассортимента:

- | | |
|---|---|
| 1. Магазин товаров повседневного спроса | А. Ограниченный ассортимент ходовых товаров |
|---|---|

- | | |
|-------------------------------|--|
| 2. Специализированный магазин | Б. Узкая группа товаров со значительной глубиной ассортимента |
| 3. Универмаг | В. Значительное количество специализированных отделов по группам товаров |
| 4. Супермаркет | Г. Широкий ассортимент, низкий уровень цен |

25. Тестовый вопрос 25:

Найдите в правой колонке определение, соответствующее термину в левой колонке:

- | | |
|-------------------------|---|
| 1. Широта ассортимента | А. Количество предлагаемых ассортиментных групп |
| 2. Глубина ассортимента | Б. Количество позиций в каждой ассортиментной группе |
| 3. Сбалансированность | В. Соотношение между предлагаемыми ассортиментными группами с точки зрения общности конечного использования, каналов распределения, групп потребителей и диапазонов цен |
| 4. Производственный | Г. Перечень товаров, выпускаемых предприятием-изготовителем |
| 5. Торговый ассортимент | Д. Перечень товаров, реализуемых розничными торговыми предприятиями |

26. Тестовый вопрос 26:

Установите соответствие между принципом формирования ассортимента и товарами, к которым он применяется:

- | | |
|---------------------------|---|
| 1. Функциональный подход | А. Бытовые приборы, кухонная мебель |
| 2. Потребительский подход | Б. Товары для детей, для молодоженов |
| 3. Бытовой подход | В. Товары, продающиеся в универсаме, гостиничном киоске |

27. Тестовый вопрос 27:

Определите, какие направления товарной политики соответствуют следующим стадиям жизненного цикла товара:

- | | |
|---------------------|-------------------------------|
| 1. Стадия внедрения | А. Инновация |
| 2. Стадия роста | Б. Модификация |
| 3. Стадия зрелости | В. Дифференциация |
| 4. Стадия спада | Г. Элиминация, диверсификация |

28. Тестовый вопрос 28:

Соответствие стратегии и примера:

- | | |
|------------------------------|--|
| 1. Продуктовая специализация | А. Учебники по математике для школы, вуза |
| 2. Специализация | Б. Школьный учебник по математике |
| 3. Генерализация | В. Учебники для школы и вузов по различным предметам |
| 4. Рыночная специализация | Г. Школьные учебники по математике, химии, биологии |

29. Тестовый вопрос 29:

Установите соответствие стратегии и взаимосвязи:

- | | |
|------------------------------|--|
| 1. Продуктовая специализация | А. Один продукт для разных рынков |
| 2. Специализация | Б. Один продукт для одного рынка |
| 3. Генерализация | В. Несколько продуктов для разных рынков |
| 4. Рыночная специализация | Г. Разные продукты для одного рынка |

30. Тестовый вопрос 30:

Установите соответствия решения по товарному ассортименту и примера:

- | | |
|--|--|
| 1. Расширение ассортимента вниз | А. Выпуск компанией Parker недорогих одноразовых ручек |
| 2. Насыщение товарного ассортимента | Б. Выпуск дополнительно к сигаретам Marlboro сигарет Marlboro Light и Marlboro Menthol |
| 3. Расширение ассортимента вверх | В. Выпуск компанией Levi's деловых мужских костюмов |
| 4. Модернизация товарного ассортимента | Г. Выпуск компанией Sony вместо аудио- и видеокассет CD и DVD |

Критерии оценки:

1 балл (зачтено)- выставляется студенту, если правильно выполнено более 50% тестовых заданий;

0 баллов (не зачтено) - выставляется студенту, если правильно выполнено менее 50% тестовых заданий

Составитель, к.э.н., доцент



М.А. Дубинина

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
Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

**Комплект тестов (тестовых заданий)
 по дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации»
 Тема 3. «Структура системы управления ассортиментом»**

1. Тестовый вопрос 1:

Выделите принципы категорийного менеджмента (несколько ответов):

- а) Доступность товаров
- б) Комплексность
- в) Нацеленность на конечный результат
- г) Формирование покупательской активности

2. Тестовый вопрос 2:

Товарная линия называется короткой, если:

- а) прибыль предприятия уменьшается;
- б) увеличение прибыли возможно за счет расширения ассортимента продукции, которая входит в товарную линию;
- в) увеличение прибыли возможно за счет сужения ассортимента;
- г) предприятие осваивает выпуск продукции, не производимой в настоящее время.

3. Тестовый вопрос 3:

Установите соответствие между понятиями и их содержанием:

1. Товарная единица	А. Все виды зубной пасты, которые продаются в данном магазине
2. Товарный ассортимент	Б. Все виды товаров, которые продаются в данном магазине
3. Товарная номенклатура	В. Тюбик зубной пасты

- а) 1-В, 2-Б, 3-А;
- б) 1-В, 2-А, 3-Б;
- в) 1-А, 2-Б, 3-В.

4. Тестовый вопрос 4:

Товарная линия называется длинной, если:

- а) прибыль предприятия уменьшается;
- б) увеличение прибыли возможно за счет расширения ассортимента продукции, которая входит в товарную линию;
- в) увеличение прибыли возможно за счет сужения ассортимента;
- г) предприятие осваивает выпуск продукции, не производимой в настоящее время.

5. Тестовый вопрос 5:

Найдите соответствие структурного элемента категорийного менеджмента и его характеристики:

1. Функция	А. Процессы товародвижения товарной категории
2. Принцип	Б. Управление товарными категориями
3. Объект	В. Формирование покупательской активности

- а) 1-В, 2-Б, 3-А;
- б) 1-Б, 2-В, 3-А;
- в) 1-А, 2-В, 3-Б.

6. Тестовый вопрос 6:

Категорийные товары должны иметь подкрепление за счет маркетинговых коммуникаций – это суть принципа категорийного менеджмента:

- а) доступность товаров;
- б) функциональность системы товарного обращения;
- в) нацеленность на конечный результат;
- г) формирование покупательской активности.

7. Тестовый вопрос 7:

Найдите соответствие структурного элемента категорийного менеджмента и его характеристики:

1. Функция	А. Нацеленность на конечный результат
2. Принцип	Б. Обеспечение эффективного товародвижения
3. Объект	В. Товарная категория

- а) 1-В, 2-Б, 3-А;
- б) 1-Б, 2-А, 3-В;
- в) 1-А, 2-Б, 3-В.

8. Тестовый вопрос 8:

Принцип категорийного менеджмента, состоящий в том, что каждая товарная позиция в категории должна приносить выгоду – это:

- а) доступность товаров;
- б) функциональность системы товарного обращения;
- в) нацеленность на конечный результат;
- г) формирование покупательской активности.

9. Тестовый вопрос 9:

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.

10. Тестовый вопрос 10:

Товарная марка предназначена для того, чтобы:

- а) компенсировать недостающее товару качество;
- б) обосновать перед потребителем более высокую цену товара;
- в) дифференцировать товар на рынке среди себе подобных;
- г) реализовать маркетинговую уловку фирмы.

11. Тестовый вопрос 11:

Сопоставьте признак группировки товара в товарную категорию и его значение:

1. Гармонизация товаров	А. Ощущение комфорта
2. Взаимозаменяемость	Б. Учет степени близости обеспечения товародвижения
3. Удобство	В. Удовлетворение экономических или престижных потребностей
4. Социальное назначение	Г. Схожесть функционального назначения

а) 1-Б, 2-Г, 3-А, 4-В;

б) 1-В, 2-Г, 3-В, 4-А;

в) 1-А, 2-Г, 3-В, 4-Б;

г) 1-Г, 2- Б, 3-В, 4-А.

12. Тестовый вопрос 12:

Установите соответствие между составляющими товарного ассортимента и их разновидностями

1. Товарная группа	А. Совокупность товаров и их видов, сгруппированных по назначению товаров
2. Товарная категория	Б. Совокупность однородных товаров, находящихся внутри товарной группы
3. Товарная линия	В. Совокупность товаров, предназначенных одним и тем же клиентам или реализуемых через одни и те же каналы сбыта или имеющих одинаковый диапазон
4. Товарная единица	Г. Количество единиц товара в одной упаковке или размер упаковочной единицы

а) 1-Б, 2-Г, 3-А, 4-В;

б) 1-В, 2-Г, 3-В, 4-А;

в) 1-А, 2-Б, 3-В, 4-Г;

г) 1-Г, 2- Б, 3-В, 4-А.

13. Тестовый вопрос 13:

Назовите вид товарной категории, отличающейся полноценным и устойчивым спросом, приобретаемой большинством покупателей магазина и составляющей основу его ассортимента - ...

14. Тестовый вопрос 14:

Назовите вид товарной категории, отличающейся разной степенью новизны и удовлетворяющей инновационные запросы потребителей - ...

15. Тестовый вопрос 15:

Назовите вид товарной категории, постоянно пополняемой новыми видами, разновидностями и моделями товаров, состоящей преимущественно из товаров предварительного выбора или особого спроса - ...

16. Тестовый вопрос 16:

Назовите вид товарной категории, предназначенной для создания имиджа торговой организации, формирования и поддержания потребительских предпочтений, занимающей в структуре ассортимента всего лишь 1-3% - ...

17. Тестовый вопрос 17:

Категории товаров одной группы и подгруппы, в состав которых входят разные виды и подвиды:

а) укрупненные товарные категории;

б) упрощенные товарные категории;

в) ассортиментные линии.

18. Тестовый вопрос 18:

Назовите вид категории товаров, хорошо известных потребителям и пользующихся устойчивым спросом, куда чаще всего входят товары повседневного спроса - ...

19. Тестовый вопрос 19:

Назовите вид категории товаров, определяющей профиль торговой организации и способствующей выполнению товарооборота, вносящей существенный вклад в прибыльность торговой организации - ...

20. Тестовый вопрос 20:

Выделите функции категориального менеджмента (несколько ответов):

- а) Прогностическая;
- б) Коммуникационная;
- в) Кадровая;
- г) Аналитическая.

Критерии оценки теста:

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

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

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

0,5 балла - выставляется студенту, если дано менее 50 % правильных ответов.

Составитель, к.э.н., доцент



М.А. Дубинина

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

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

**Комплект тестов (тестовых заданий)
по дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации»
Тема 5. «Категорийная политика торговых организаций»**

1. Тестовый вопрос 1:

Управление товарной категорией на уровне товарной сети осуществляет:

- а) менеджер производственного предприятия;
- б) региональный менеджер;
- в) менеджер структурного подразделения;
- г) менеджер – администратор программно-целевых групп;
- д) любой из видов категорийных менеджеров.

2. Тестовый вопрос 2:

Если фирма добавила в свой ассортимент товар, предназначенный для менее платежеспособного потребителя, чем тот, которого она обслуживала ранее, она совершила:

- а) наращивание ассортимента вверх;
- б) наращивание ассортимента вниз;
- в) насыщение ассортимента;
- г) сужение ассортимента.

3. Тестовый вопрос 3:

Способ управления товарной категорией для обеспечения эффективности ее реализации:

- а) Объект категорийного менеджмента
- б) Метод категорийного менеджмента
- в) Предмет категорийного менеджмента
- г) Технология категорийного менеджмента

4. Тестовый вопрос 4:

Признание категории товаров как стратегической единицы бизнеса в целях планирования и достижения продаж с высоким уровнем доходности – это:

- а) философия категорийного менеджмента;
- б) программа координации категорийного менеджмента;
- в) процесс категорийного менеджмента;
- г) концепция категорийного менеджмента.

5. Тестовый вопрос 5:

Категорийная политика представляет собой:

- а) формирование товарных категорий и стимулирование их сбыта для обеспечения необходимой степени удовлетворенности потребителей категорийными товарами;
- б) время существования товара на рынке;
- в) инструмент воздействия на формирование спроса при помощи рекламы, выставки и т.д;
- г) вид деятельности, связанный с процессом управления обменом между производственными предприятиями и покупателями.

6. Тестовый вопрос 6:

Для товаров, которые в структуре товарной категории не выполняют возложенных на них задач, в соответствии с методом гармонизации структуры товарной категории применяют:

а) модификацию; б) расширение; в) элиминацию; г) обновление; д) акцентирование.

7. Тестовый вопрос 7:

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.

8. Тестовый вопрос 8:

Установите соответствие категорий товаров в ассортиментной матрице и их характеристиками:

1. Товары первого уровня	А. включаются в ассортиментную матрицу с учетом особенностей формата места продажи, местоположения и т.д.
2. Товары второго уровня	Б. принадлежат к группе С по результатам ABC-анализа
3. Выводимые товары	В. представлены во всех магазинах торговой сети

а) 1-В, 2-А, 3-Б;

б) 1-Б, 2-А, 3-В;

в) 1-А, 2-Б, 3-В.

9. Тестовый вопрос 9:

Определите роль товарной категории, которая характеризуется средними показателями прибыли и товарооборота:

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

10. Тестовый вопрос 10:

Установите соответствие между операциями и функциями категорийного менеджера:

1. Определение товарной категории	А. Выявление удовлетворенности потребителей
2. Планирование товарной категории	Б. Организация мерчандайзинга
3. Управление товарной категорией	В. Сегментирование рынка по целевым группам
4. Анализ и оценка эффективности товарной категории	Г. Разработка маркетинговых инструментов продвижения товарной категории

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.

11. Тестовый вопрос 11:

Если наблюдается чрезвычайная насыщенность товарной категории с повышенным содержанием товаров группы С, необходимо выбрать направление действий:

а) модификацию; б) сокращение артикулов; в) элиминацию; г) акцентирование.

12. Тестовый вопрос 12:

Выделите аналитические методы категорийного менеджмента:

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

13. Тестовый вопрос 13:

Для товаров, которые в структуре товарной категории нуждаются в частичном изменении свойств и показателей, в соответствии с методом гармонизации структуры товарной категории применяют:

а) модификацию; б) расширение; в) элиминацию; г) обновление; д) акцентирование.

14. Тестовый вопрос 14:

Увеличение товарных марок, их модификаций, в результате чего более полно удовлетворяются запросы потребителей, - это направление действий:

- а) стабилизация товарной категории;
- б) сокращение артикулов в товарной категории;
- в) углубление ассортимента товаров;
- г) расширение и обновление товарной категории.

15. Тестовый вопрос 15:

При принятии решения о выводе товара из ассортиментной матрицы учитывается (несколько вариантов):

- а) Принадленность к группе С по результатам проведения ABC-анализа по объему продаж и прибыли
- б) Наличие нареканий на качество работы поставщика
- в) Соответствие установленным требованиям
- г) Повышение качества поставляемых товаров

16. Тестовый вопрос 16:

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.

17. Тестовый вопрос 17:

При необходимости увеличить ассортимент категорийных товаров, относящихся к группам А и В, следует выбрать направление действий:

- а) стабилизация товарной категории;
- б) сокращение артикулов в товарной категории;
- в) углубление ассортимента товаров;
- г) расширение и обновление товарной категории.

18. Тестовый вопрос 18:

Определенный категорийный товар остается в ассортиментной матрице, если:

- а) Он относится к группам А и В после проведения ABC-анализа по объему продаж и прибыли
- б) Присутствуют нарекания на качество работы поставщика
- в) Удовлетворяет потребности покупателей частично

19. Тестовый вопрос 19:

При рассмотрении целесообразности ввода новых товаров учитываются следующие критерии (несколько вариантов):

- а) Неспособность товара к увеличению объема покупки
- б) Уникальность
- в) Понижение качества поставляемых товаров
- г) Наличие полноценного или потенциального спроса на эти товары

20. Тестовый вопрос 20:

При наличии постоянного и устойчивого спроса на категорийные товары, при оптимальной структуре товарной категории и при наличии на обслуживаемом сегменте достаточно большого количества покупателей, необходимо выбрать направление действий:

- а) стабилизация товарной категории;
- б) сокращение артикулов в товарной категории;
- в) углубление ассортимента товаров;
- г) расширение и обновление товарной категории.

Критерии оценки теста по всем разделам:

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

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

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

0,5 балла - выставляется студенту, если дано менее 50 % правильных ответов.

Составитель, к.э.н., доцент



М.А. Дубинина

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

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

**Задания для работы научных студенческих групп
по дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации»**

Тема 1. Введение в концепцию управления ассортиментом. Научная конференция на тему «Практика применения категорийного менеджмента».

Задание:

1. Проработать материалы о применении категорийного менеджмента в СМИ и Интернете.
2. Обработать и обобщить собранный материал в форме доклада.

Доклады студенческими группами предоставляются в устном или письменном виде. Письменные доклады одной группы рецензируются участниками другой группы. Устные доклады выносятся на открытое обсуждение.

Тема 7. Методы управления ассортиментом

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) слабоалкогольные напитки;
- 2) среднеалкогольные напитки;
- 3) крепкие алкогольные напитки;
- 4) безалкогольные напитки;
- 5) пиво;
- 6) сыр;
- 7) молочные товары;
- 8) мясные деликатесы;
- 9) птица и яйца;
- 10) мясо и полуфабрикаты;
- 11) полуфабрикаты высокой степени готовности;
- 12) рыба;
- 13) консервы;
- 14) овощи;
- 15) фрукты;
- 16) кондитерские изделия (конфеты, карамель, шоколад);
- 17) мучные кондитерские изделия (пряники, вафли, печенье);
- 18) растительные масла и соусы;
- 19) крупы (бакалея);
- 20) хлебобулочные изделия, включая хлеб;
- 21) корм для животных;

- 22) средства ухода за жилищем;
- 23) средства ухода за кожей лица и рук;
- 24) средства ухода за волосами;
- 25) декоративная косметика.

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%.

Критерии оценки работы научных студенческих групп:

Доклад в письменном виде или презентация:

2 балла (максимально высокий уровень) - тема раскрыта полностью. Доклад содержит анализ и оценку собранного материала;

1 балл (продвинутый уровень) - тема раскрыта полностью, анализ материала недостаточен, оценочные суждения отсутствуют;

0,5 балла (пороговый уровень) - тема раскрыта не полностью, отсутствуют анализ и оценка. Материал имеет описательный характер.

Устный доклад:

2 балла - демонстрация свободного владения материалом без чтения текста. Полные ответы на все вопросы слушателей;

1 балл - сообщение с частичным зачитыванием текста доклада. Ответы на вопросы неполные, на отдельные вопросы затруднения в ответах;

0,5 балла - чтение текста доклада, на большинство вопросов неполные ответы или ответы отсутствуют.

Рецензирование докладов:

2 балла - две-три полные рецензии с указанием недостатков доклада и их аргументацией;

1 балл - одна полная рецензия с указанием недостатков;

0,5 балла - рецензии неполные, формальные, чрезмерно короткие.

Участие в обсуждении докладов:

2 балла - заданы вопросы не менее чем по пяти докладам, участие в обсуждении всех докладов;

1 балл - заданы вопросы по трем-четырем докладам. Участие в обсуждении трех докладов;

0,5 балла - заданы один-два вопроса. Участие в обсуждении не принимал.

Составитель, к.э.н., доцент

М.А. Дубинина

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

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

Вопросы для собеседования
по дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации»

Раздел I. Методологические основы управления ассортиментом

Тема 1. Введение в концепцию управления ассортиментом

Вопросы для собеседования:

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?

Тема 2. Концепция управления категориями товаров

Вопросы для собеседования:

1. В чем сущность товарной категории?
2. Каковы принципы управления ассортиментом по товарным категориям?
3. Для чего необходимо структурирование ассортимента?
4. Перечислите этапы формирования ассортимента по товарным категориям.
5. Что такое ассортиментная матрица и ассортиментный минимум?
6. Назовите правила выделения категорий.
7. В чем заключается балансировка ассортимента по широте и глубине?
8. Назовите положительные стороны внедрения категорийного менеджмента.

Тема 3. Структура системы управления ассортиментом

Вопросы для собеседования:

1. Назовите принципы системы управления ассортиментом.
2. Перечислите и охарактеризуйте объекты системы управления ассортиментом.
3. Установите основных субъектов системы управления ассортиментом.
4. Опишите организацию процесса управления ассортиментом.
5. Назовите классификационные признаки товарных категорий.

Раздел II. Оперативный категорийный менеджмент

Тема 6. Процесс управления товарными категориями

Вопросы для собеседования:

1. Перечислите этапы управления товарной категорией и дайте им характеристику.
2. Каким может быть эффект от сотрудничества участников канала товародвижения категорий?
3. Назовите критерии определения товарных категорий, их сегментирование.
4. Назовите и охарактеризуйте показатели товарных категорий.
5. Выявите стратегическую роль товарных категорий.

Критерии оценки результатов собеседования по 1 теме:

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

0,5 балла - 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.

Составитель, к.э.н., доцент



М.А. Дубинина

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

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

**Перечень тем для проведения дискуссии
по дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации»**

Дискуссия по теме 2: «Концепция управления категориями товаров»

Вопрос к дискуссии: дискуссии на тему «Нужен ли категорийный менеджмент предприятиям розничной торговли?»

Постановка этого проблемного вопроса должна активизировать творческую деятельность студентов, испытывающих затруднения при ответе на данный вопрос, а главное — заставить их обосновать свою позицию.

При проведении диспута возможно применение метода «мозговой атаки», в ходе которой студенты высказывают самые разные, порой противоречивые мнения. Совместными усилиями должно быть найдено правильное решение.

Диспут характеризуется высокой степенью самостоятельной работы студентов. Задача преподавателя состоит в том, чтобы управлять этой работой путем постановки перед группой наводящих вопросов, являющихся частными путями решения поставленной проблемы.

Вспомогательные вопросы:

1. Объясните, в чем преимущества и недостатки категорийного менеджмента.
2. Установите возможные сферы и средства применения категорийного менеджмента.

Ответ аргументируйте.

3. Укажите, как влияет категорийный менеджмент на изменение отношений между участниками канала товародвижения.

Завершающей частью диспута должны стать подведение итогов, формулировка правильного решения проблемы и его краткое обоснование.

Дискуссия по теме 4: «Субъекты системы управления ассортиментом»

Обсуждение проблемного вопроса: «Нужен ли категорийный менеджер в современной торговле, и если нужен, то в каких типах предприятий розничной торговли?»

Дискуссия по теме 6: «Процесс управления товарными категориями»

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

Критерии оценки:

2 балла - выставляется студенту, если продемонстрировал точность аргументов (использование причинно-следственных связей), логичность (соответствие контраргументов высказанным аргументам, корректность используемой терминологии с научной точки зрения (правдивость, достоверность, точность определений));

1 балл - выставляется студенту, если продемонстрировал видение сути проблемы, отделение фактов от субъективных мнений, незначительное использование примеров (аргументированность);

0,5 балла - выставляется студенту, если определил суть проблемы при низкой корректности по отношению к оппоненту (толерантность, уважение других взглядов, отсутствие личных нападок, отказ от стереотипов, разжигающих рознь и неприязнь) и аргументированности;

Составитель, к.э.н., доцент



М.А. Дубинина

СОГЛАСОВАНО



(подпись, печать)

Ж.Г. Баронина, директор ООО «ЭЛКР»

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

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

**Комплект заданий для выполнения контрольной работы
по дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации»**

Вариант 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 оптового торгового предприятия с позиций управления ассортиментом.

Вариант 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.

Вариант 3

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ:

1. Метод ABC-анализа: понятие, сущность, назначение.
2. Концепция управления категориями товаров: понятие, сущность, основная идея, назначение, преимущества.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Анализ ассортиментной политики конкретного розничного торгового предприятия с позиций управления ассортиментом.

Составитель, к.э.н., доцент



М.А. Дубинина

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

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

**Вопросы для подготовки к экзамену
 по дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации»
 для студентов 4 курса
 направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело»
 направленности (профиля) «Коммерция»
 на 2023-2024_ уч. год**

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 товарооборота
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 товарооборота
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 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 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 $K_p=16\%$. 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 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

	показателей 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.

Преподаватель КТП,
к.э.н., доцент



М.А. Дубинина

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

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

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)

Зав. кафедрой, к.т.н., доцент

Е.Н. Губа

(подпись)

Утверждено на заседании кафедры от _____, протокол № _____

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ (АКТУАЛИЗАЦИИ)

1. Фонд оценочных средств по дисциплине «Управление ассортиментом торговой организации» с внесенными дополнениями и изменениями рекомендован к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания

протокол № 8 от «17» марта 2020г.

Заведующий кафедрой

 / В. Н. Губа /

2. Фонд оценочных средств по учебной дисциплине с внесенными дополнениями и изменениями рекомендован к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания, протокол от 17.02.2022 № 7

Заведующий кафедрой

 - Е.Н. Губа

3. Оценочные материалы по учебной дисциплине с внесенными дополнениями и изменениями рекомендованы к утверждению на заседании кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса, протокол от 28.02.2023 № 7

Заведующий кафедрой

 - Е.Н. Губа