

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
*Факультет управления*

Кафедра коммерции и маркетинга

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Управление ассортиментом торговой организации**

**Образовательная программа**

**38.03.06 Торговое дело**

Профиль подготовки

Коммерция

Уровень высшего образования

бакалавриат

Форма обучения

очная, заочная

Статус дисциплины: вариативная (дисциплина по выбору)

Махачкала, 2018 год

Рабочая программа дисциплины «Управление ассортиментом торговой организации» составлена в 2018 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата)

от 12 ноября 2015 г. №1334.

Разработчик: кафедра коммерции и маркетинга, Амирова М.М., к.э.н., доц.

Рабочая программа дисциплины одобрена:  
на заседании кафедры коммерции и маркетинга от «30» августа 2018г.  
протокол № 1

Зав. кафедрой MS Умавов Ю.Д.

на заседании Методической комиссии факультета управления от  
«31» августа 2018 г., протокол №1

Председатель Гашимова - Гашимова Л.Г.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно - методическим  
управлением «31» августа 2018г. MS

## Содержание

Аннотация рабочей программы дисциплины .....	4
1. Цели освоения дисциплины .....	5
2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата .....	5
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения) .....	5
4. Объем, структура и содержание дисциплины .....	9
4.2. Структура дисциплины .....	9
4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам разделам) .....	11
4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине .....	11
4.3.2. Содержание практических занятий по дисциплине .....	13
5. Образовательные технологии .....	14
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов ..	15
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины. ....	18
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. ....	18
7.2. Типовые контрольные задания .....	21
7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций. ....	24
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. ....	27
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины. ....	27
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	28
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем .....	28
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине. ....	29

### **Аннотация рабочей программы дисциплины**

Дисциплина «Управление ассортиментом торговой организации» входит в вариативную часть (дисциплина по выбору) образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.06 (100700.62) - Торговое дело

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением содержания всех аспектов деятельности торгового предприятия в области ассортиментной политики, её управления на всех этапах - от анализа и планирования закупок, до управления продажами в магазинах торговой сети. Изучение процессов управления ассортиментом товаров в розничном торговой организации (предприятии), основанных на использовании технологии управления, то есть управления товарными категориями. Инновационные технологии управления позволяют повысить эффективность управления ассортиментом товаров в торговой организации, создает механизм, обеспечивающий более быструю и качественную реакцию на изменение требований и запросов потребителей.

Основные направления управления ассортиментом торговой организации и применяемые технологии управления рассматриваются в данной дисциплине с учетом практического опыта российских компаний.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-1, ПК-7.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 3 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 108 ч.

Семес тр	Учебные занятия						СРС, в том числе экза мен	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференциро ванный зачет, экзамен
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем							
	Все го	из них						
		Лекц ии	Лаборатор ные занятия	Практич еские занятия	КСР	консульт ации		
7	108	16		34			58	зачет

### 1. Цели освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Управление ассортиментом торговой организацией» является углубленное изучение процессов управления ассортиментом товаров в розничной торговой организации (предприятии), основанных на использовании технологии управления товарными категориями. Новая технология управления позволяет повысить эффективность управления ассортиментом товаров в торговой организации, создает механизм, обеспечивающий более быструю и качественную реакцию на изменение требований и запросов потребителей.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Управление ассортиментом торговой организации» входит в вариативную часть дисциплин по выбору образовательной программы бакалавриата 38.03.06 - Торговое дело.

Дисциплина «Управление ассортиментом торговой организации» базируется на знаниях основ организации торговой деятельности, организации торговли, организации коммерческой деятельности, маркетинг торговой организации, менеджмент в торговых структурах.

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения) .

Код компетенции из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОСВО	Планируемые результаты обучения
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	<b>Знает</b> - особенности управления ассортиментной политикой предприятия; - методы анализа товарного портфеля предприятия; - подходы к оптимизации товарного ассортимента предприятия; - факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров; - нормативную и техническую документацию по приёмке товаров; - инструменты

		<p>диагностирования дефектов продукции и их устранения;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы идентификации, оценки качества и безопасности товаров.</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обеспечивать качество продукции и товарного ассортимента требованиям рынка;</li> <li>- осуществлять коммерческие связи с поставщиками и потребителями продукции;</li> <li>- управлять товарными запасами и потоками;</li> <li>- определять показатели ассортимента и качества товаров;</li> <li>- проводить приемку товаров по количеству, качеству и комплектности;</li> <li>- использовать методы идентификации, оценки качества и безопасности товаров для диагностики дефектов, выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции.</li> <li>- формировать оптимальный товарный ассортимент;</li> <li>- разрабатывать маркетинговые товарные стратегии предприятия;</li> <li>- планировать ассортиментную</li> </ul>
--	--	---

		<p>политику предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формировать гармоничный товарный портфель предприятия;</li> <li>- проводить экономическую оценку эффективности ассортимента;</li> <li>- применять методы и приемы позиционирования товаров;</li> <li>- принимать решения в сфере разработки и управления марочной политикой предприятия;</li> <li>- определять конкурентные преимущества продукции и направления их повышения.</li> </ul> <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами и средствами определения показателей ассортимента и качества товаров;</li> <li>- способами сохранения качества товаров;</li> <li>- навыками приемки товаров по количеству, качеству и комплектности;</li> <li>- методами идентификации, оценки качества и безопасности товаров и использовать их для диагностики и выявления дефектов;</li> <li>- техникой учета товаров по количеству и качеству.</li> <li>- навыками принятия решения в области</li> </ul>
--	--	---

		<p>разработки и выбора тактических маркетинговых решений в области товарной политики;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками принятия стратегических решений в управлении товарной политикой предприятия;</li> <li>- навыками оценки конкурентоспособности товара;</li> <li>- навыками разработки и управления рыночной атрибутики товара.</li> </ul>
ПК - 7	<p>способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и</p>	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- механизмы организации материально-технического обеспечения деятельности предприятий сферы торговли; основные методы и способы организации закупочно-сбытовой деятельности предприятий;</li> <li>- методику планирования материально-технического обеспечения и закупочно-сбытовой деятельности организаций;</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- планировать процессы материально-технического обеспечения торговых предприятий;</li> <li>обеспечивать оптимальный размер закупок с учетом</li> </ul>



		<p>объема продаж товаров и спроса покупателей.</p> <p><b>Владеет:</b></p> <p>-методическими подходами к организации и планированию процесса закупки и продажи товаров; навыками организации и планирования материально-технического обеспечения торговых предприятий.</p>
--	--	---

#### 4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.

#### 4.2. Структура дисциплины.

Форма обучения: очная

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные	Контроль самост. раб.		
	Модуль 1: Основные определяющие управления ассортиментом торговой организации (категорийный менеджмент)								
1	Тема 1.1. Содержание, значение, классификация	7	1	2	4			2	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
2	Тема 1.2. Управление ассортиментом розничного торгового предприятия	7	2	2	4			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
3	Тема 1.3. Внедрение категорийного менеджмента в розничной торговой организации	7	3	2	4			2	Опрос, оценка выступлений, защита реферата,
4	Тема 1.4.	7	4		4			4	Опрос, оценка

	Формирование товарных категорий								выступлений, защита реферата,
	<i>Итого по модулю 1:</i>	36		6	16			14	тестирование
<b>Модуль 2: Аналитические основы управления товарным ассортиментом</b>									
5	<i>Тема 2.1.</i> Управление ассортиментом категории	7	5	2	4			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
6	<i>Тема 2.2.</i> Анализ результатов управления ассортиментом розничного торгового предприятия	7	6	2	4			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка конспекта.
7	<i>Тема 2.3.</i> Ассортиментная матрица. Принципы формирования и построения.	7	7	2	4			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
	<i>Итого по модулю 2:</i>	36		6	12			18	
<b>Модуль 3: Стратегия и тактика в управлении ассортиментом</b>									
8	<i>Тема 3.1.</i> Стратегии в категорийном менеджменте.	7	8	2	2			14	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
9	<i>Тема 3.2.</i> Тактики в категорийном менеджменте.	7	9	2	4			12	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
	<i>Итого по модулю 3:</i>	36		4	6			26	тестирование
	<i>Зачет</i>								
	<b>ИТОГО:</b>	108		16	34		2	58	

Форма обучения: заочная

НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМ	Количество часов			
	Всего	в том числе		
		Лекции	Практ. занятия	Самост. работа
<i>Тема 1.1.</i> Содержание, значение, классификация	14	1		13
<i>Тема 1.2.</i> Управление ассортиментом розничного торгового предприятия	14		1	13
<i>Тема 2.1.</i> Управление ассортиментом категории	14	1	1	12

Тема 2.2. Анализ результатов управления ассортиментом розничного торгового предприятия	13		1	12
Тема 2.3. Ассортиментная матрица. Принципы формирования и построения.	14	1	1	12
Тема 3.1. Стратегии в категорийном менеджменте	12		1	12
Тема 3.2. Тактики в категорийном менеджменте.	19	1	1	18
Контроль сам.работы	9			
Зачет				
<b>ИТОГО:</b>	108	4	6	86

#### **4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам разделам).**

##### **4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине.**

#### **Модуль 1: Основные определяющие управления ассортиментом торговой организации (категорийный менеджмент)**

##### **Тема 1.1. Содержание, значение, классификация.**

Предмет и содержание дисциплины «Управление ассортиментом торговой организации», ее место в системе дисциплин. Роль дисциплины в формировании современной системы знаний в коммерческой подготовке выпускников для сферы товарного обращения. Сущность управления категорией. Эволюция концепций управления ассортиментом. История становления и сущность категорийного менеджмента. Специфика категорийного менеджмента.

##### **Тема 1.2. Управление ассортиментом розничного торгового предприятия.**

Цели и задачи управления ассортимента розничного торгового предприятия. Классификация товаров для целей управления. Стратегическое и оперативное управление ассортиментом розничного торгового предприятия. Конкурентная стратегия и сегментация потребителей как основа для формирования ассортимента товаров. Разработка положения об ассортиментной политике розничного торгового предприятия.

Методы управления ассортиментом в торговле. Типовые сложности в управлении ассортиментом розничного торгового предприятия. Особенности управления укрупненным ассортиментом товаров. Особенности управления ассортиментом в магазинах разного формата.

Роль информационных технологий в управлении ассортиментом товаров.

##### **Тема 1.3. Внедрение категорийного менеджмента в розничной торговой организации.**

Происхождение, эволюция, определение, сфера применения категорийного менеджмента. Отличия традиционной системы закупок от управления ассортиментом по товарным категориям.

Основные этапы при переходе торговой организации на категорийный

менеджмент. Проектирование организационной структуры управления ассортиментом розничной торговой организации при переходе на категорийный менеджмент. Адаптация бизнес-процессов организации к практике категорийного менеджмента.

Место и роль категорийных менеджеров в структуре управления торговой организации. Категорийный менеджер: решаемые задачи, функциональные обязанности. Зона ответственности. Квалификационные требования, предъявляемые к должности категорийного менеджера.

#### **Тема 1.4. Формирование товарных категорий.**

Понятие товарной категории. Формирование номенклатуры товарных категорий. Выбор основополагающего признака классификации. Товарный классификатор: понятие, уровни, примеры. Ассортиментная матрица: понятие, формирование.

Формирование структуры категории (компонентов категории). «Жесткие» и «мягкие» категории. Определение роли категории в структуре ассортимента. Вклад отдельных товаров категории в достижение целей магазина.

Формирование ассортимента категории. Роль категории в магазине определенного формата и тактика в отношении ассортиментного наполнения, выкладки.

### **Модуль 2: Аналитические основы управления товарным ассортиментом.**

#### **Тема 2.1. Управление ассортиментом категории.**

Анализ сбалансированности ассортимента категории. Анализ рентабельности ассортимента. Оптимизация структуры категории.

Корректировка цен на товары внутри категорий. Ценообразование для товарных категорий с различной ролью в ассортименте.

Технология управления отдельными категориями.

#### **Тема 2.2. Анализ результатов управления ассортиментом розничного торгового предприятия.**

Традиционный анализ ассортимента. Анализ продаж и доходности (ABC-анализ). Прогноз стабильности продаж (XYZ-анализ). Совмещенный ABC и XYZ-анализ. Оборачиваемость товарных запасов. Прогноз продаж новых товаров (анализ ассортимента по параметрам влияния).

#### **Тема 2.3. Ассортиментная матрица. Принципы формирования и построения.**

Ассортиментной матрицы. Этапы построения ассортиментной матрицы. Правила и алгоритм построения ассортиментной матрицы. Методы анализа и оценки сформированного ассортимента.

### **Модуль 3: Стратегия и тактика в управлении ассортиментом**

#### **Тема 3.1. Стратегии в категорийном менеджменте.**

Три основные стратегии управления категориями. Роли категорий и используемые стратегии.

### **Тема 3.2. Тактики в категорийном менеджменте**

Тактические решения, реализующие стратегии категории. «Движущие механизмы» при реализации стратегий.

Взаимосвязь маркетинга и тактики управления ассортиментом.

#### **4.3.2. Содержание практических занятий по дисциплине.**

##### **Модуль 1: Основные определяющие управления ассортиментом торговой организации (категорийный менеджмент)**

#### **Тема 1.1. Содержание, значение, классификация.**

1. Понятие ассортимента продуктов.
2. Ассортиментная матрица.
3. Товар как инструмент коммерческой деятельности.

#### **Тема 1.2. Управление ассортиментом розничного торгового предприятия.**

1. Экономическая сущность ассортиментной политики предприятия.
2. Многоуровневая модель товара.
3. Подходы к классификации товара.
4. Экономическая сущность понятия товарной единицы.
5. Концепция единицы продукта.
6. Экономическая сущность понятия «конкурентоспособности продукции».

#### **Тема 1.3. Внедрение категорийного менеджмента в розничной торговой организации.**

1. Сервис в ассортиментной политике фирмы.
2. Характеристика стратегий внедрения новшеств на рынок.
3. Стратегии управления марочным портфелем

#### **Тема 1.4. Формирование товарных категорий.**

##### **Модуль 2: Аналитические основы управления товарным ассортиментом.**

#### **Тема 2.1. Управление ассортиментом категории.**

1. Портфельный анализ как основа управления товарным ассортиментом фирмы.
2. Направления стратегического и оперативного управления ассортиментом.
3. Характеристика и основные виды портфельных стратегий.

#### **Тема 2.2. Анализ результатов управления ассортиментом розничного торгового предприятия.**

1. Анализ ассортимента конкурентов.
2. Анализ прибыльности товарных групп.

### **Тема 2.3. Ассортиментная матрица. Принципы формирования и построения.**

1. Анализ оптимальности группировки ассортимента.
2. Оценка оптимальности торгового ассортимента.
3. Сущность и проведение ABC-анализа товарного (торгового) ассортимента.

### **Модуль 3: Стратегия и тактика в управлении ассортиментом**

#### **Тема 3.1. Стратегии в категорийном менеджменте.**

1. Виды стратегий
2. Принципы стратегий
3. Формирование стратегий
4. Реализация стратегий

#### **Тема 3.2. Тактики в категорийном менеджменте**

1. Виды тактик
2. Принципы тактик
3. Формирование тактик
4. Реализация тактик

### **5. Образовательные технологии**

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

- во время лекционных занятий используется презентация с применением слайдов с графическим и табличным материалом, что повышает наглядность и информативность используемого теоретического материала;
- практические занятия предусматривают использование групповой формы обучения, которая позволяет студентам эффективно взаимодействовать в микрогруппах при обсуждении теоретического материала;
- использование кейс–метода (проблемно–ориентированного подхода), то есть анализ и обсуждение в микрогруппах конкретной деловой ситуации из практического опыта деятельности отечественных и зарубежных компаний;
- использование тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;
- решение задач по использованию единиц измерений, определению класса точности средств измерений и др.;
- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

Предусмотрены также встречи с представителями предпринимательских структур, государственных и общественных организаций, мастер-классы специалистов.

## **6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.**

Самостоятельная работа студентов должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы.

Наименование тем	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
<i>Тема 1.1.</i> Проведение исследования розничных торговых точек с целью выявления способа управления ассортиментом.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач и тестов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
<i>Тема 1.2.</i> Определение стратегии управления ассортиментом на основе мониторинга маркетинговой активности торговых предприятий.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта. Проверка заданий.
<i>Тема 1.3.</i> Разработка плана перехода на систему управления категориями для розничных торговых компаний.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта. Проверка заданий.
<i>Тема 1.4.</i> Формирование товарных категорий для выбранного направления розничной торговли.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
<i>Тема 2.1.</i> Моделирование управлением ассортиментом.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
<i>Тема 2.2.</i> Проведение анализа и оценки ассортимента.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
<i>Тема 2.3.</i> Построение ассортиментной матрицы.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение ситуационных задач и тестов	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.

<i>Тема 3.1.</i> Стратегии и тактики управления ассортиментом.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение ситуационных задач и тестов	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
<i>Тема 3.2.</i> Тактики в категорийном менеджменте	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение ситуационных задач и тестов	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.

Целью подготовки реферата является приобретение навыков творческого обобщения и анализа имеющейся литературы по рассматриваемым вопросам, что обычно является первым этапом самостоятельной работы. По каждому модулю предусмотрены написание и защита одного реферата. Всего по дисциплине студент может представить три реферата. Тему реферата студент выбирает самостоятельно из предложенной тематики. При написании реферата надо составить краткий план, с указанием основных вопросов избранной темы. Реферат должен включать введение, несколько вопросов, посвященных рассмотрению темы, заключение и список использованной литературы. В вводной части реферата следует указать основания, послужившие причиной выбора данной темы, отметить актуальность рассматриваемых в реферате вопросов. В основном разделе излагаются наиболее существенные сведения по теме, производится их анализ, отмечаются отдельные недостатки или нерешенные еще вопросы, вносятся и обосновываются предложения по совершенствованию нормативно-технической документации по техническому регулированию, методов контроля и т.д. В заключении реферата на основании изучения литературных источников должны быть сформулированы краткие выводы и предложения. Список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-84 «Библиографическое описание документа». Перечень литературы составляется в алфавитном порядке фамилий первых авторов, со сквозной нумерацией. Примерный объем реферата 15-20 страниц. Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

### **Тематика рефератов:**

1. Формирование ассортимента и управление товарными запасами на предприятиях розничной (оптовой) торговли.
2. Формирование ассортимента как фактор конкурентоспособности предприятия розничной торговой сети.
3. Формирование и анализ типов потребителей.
4. Формирование и организация системы распределения товарных запасов розничной (оптовой) торговой сети.



5. Формирование категорий и определение структуры ассортимента товаров в розничных (оптовых) торговых предприятиях
  6. Исследование теоретических аспектов применения методов управления ассортиментом.
  7. Исследование теоретических аспектов товарной политики.
  8. Исследование теоретических аспектов ассортиментной политики.
  9. Исследование методов снижения товарных потерь.
  10. Управление товарным ассортиментом предприятий розничной (оптовой) торговой сети.
  11. Методы качественных и количественных маркетинговых исследований выявления потребительских предпочтений.
  12. Обоснование целесообразности разработки нового продукта.
  13. Ценообразование в розничных (оптовых) торговых предприятиях.
  14. Планирование и организация закупок товаров в розничной (оптовой) торговой сети.
  15. Оптимизация и совершенствование системы складского хозяйства предприятий розничной (оптовой) торговой сети.
  16. Анализ торговых операций предприятий розничной (оптовой) торговой сети.
  17. Влияние элементов внешней и внутренней среды на формирование ассортимента предприятий розничной (оптовой) торговой сети.
  18. Особенности процесса управления в категорийном менеджменте.
  19. Стратегическое планирование в управлении ассортиментом.
  20. Методы стимулирования продаж в предприятиях розничной (оптовой) торговой сети.
  21. Особенности сегментации рынка и выбор целевых сегментов.
  22. Сервис в системе товарной политики.
  23. Подходы к стратегии развития бренда.
  24. Реклама как источник стимулирования сбыта.
  25. Исследование влияния маркетинговой деятельности на управление предприятий розничной (оптовой) торговой сети.
  26. Исследование теоретических аспектов товарного ассортимента.
  27. Исследование конкурентной среды предприятий розничной (оптовой) торговой сети.
  28. Исследование покупательского поведения.
- При оценке качества представленной студентом работы принимается во внимание следующее:
1. Содержательное наполнение представленной работы (учитывается, насколько содержание соответствует теме).

2. Полнота раскрытия темы работы (учитывается количество описанных фактов, понятий и т. п.).
3. Логика изложения материала (учитывается умение студента логически верно строить план работы).
4. Количество и качество использованных источников литературы.
5. Оригинальность работы (осуществляется проверка в системе «Антиплагиат»).
6. Защита студентом представленной работы (студенты по желанию могут выступить с докладом на занятии).

Критерии оценки по 100-балльной шкале:

- 0-20 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет лишь частичное представление о теме, оригинальность работы очень низка (менее 20%);
- 30-50 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет определенное представление о теме реферата/доклада, способен логически верно строить план работы, но при этом допускает ошибки при формулировке самостоятельных выводов, оригинальность работы составляет 30%;
- 51-65 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что он имеет достаточное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, но допускает при этом ошибки, оригинальность работы составляет 35%;
- 66-85 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет хорошее представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, оригинальность работы составляет 40%;
- 86-100 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет отличное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, выступил с презентацией своей работы на занятии, оригинальность работы - выше 40%.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

## **7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.**

### **7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.**

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в

описании образовательной программы.

Код и наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
ПК - 1	<p><b>Знает:-</b> особенности управления ассортиментной политикой предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы анализа товарного портфеля предприятия;</li> <li>- подходы к оптимизации товарного ассортимента предприятия;</li> <li>- факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров;</li> <li>- нормативную и техническую документацию по приёмке товаров;</li> <li>- инструменты диагностирования дефектов продукции и их устранения;</li> <li>- методы идентификации, оценки качества и безопасности товаров.</li> </ul> <p><b>Умеет:</b> - обеспечивать качество продукции и товарного ассортимента требованиям рынка;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять коммерческие связи с поставщиками и потребителями продукции;</li> <li>- управлять товарными запасами и потоками;</li> <li>- определять показатели ассортимента и качества товаров;</li> <li>- проводить приемку товаров по количеству, качеству и комплектности;</li> <li>- использовать методы идентификации, оценки качества и безопасности товаров для диагностики дефектов, выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции.</li> <li>- формировать оптимальный товарный ассортимент;</li> <li>- разрабатывать маркетинговые товарные стратегии предприятия;</li> <li>- планировать ассортиментную политику предприятия;</li> <li>- формировать гармоничный товарный</li> </ul>	Устный опрос, конспект, написание рефератов, тестирование

	<p>портфель предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить экономическую оценку эффективности ассортимента;</li> <li>- применять методы и приемы позиционирования товаров;</li> <li>- принимать решения в сфере разработки и управления марочной политикой предприятия;</li> <li>- определять конкурентные преимущества продукции и направления их повышения.</li> </ul> <p><b>Владеет:</b> - методами и средствами определения показателей ассортимента и качества товаров;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способами сохранения качества товаров;</li> <li>- навыками приемки товаров по количеству, качеству и комплектности;</li> <li>- методами идентификации, оценки качества и безопасности товаров и использовать их для диагностики и выявления дефектов;</li> <li>- техникой учета товаров по количеству и качеству.</li> <li>- навыками принятия решения в области разработки и выбора тактических маркетинговых решений в области товарной политики;</li> <li>- навыками принятия стратегических решений в управлении товарной политикой предприятия;</li> <li>- навыками оценки конкурентоспособности товара;</li> <li>- навыками разработки и управления рыночной атрибутики товара.</li> </ul>	
ПК - 7	<p><b>Знает:</b> - механизмы организации материально-технического обеспечения деятельности предприятий сферы торговли; основные методы и способы организации закупочно-сбытовой деятельности предприятий;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методику планирования материально-технического обеспечения и закупочно-сбытовой деятельности организаций;</li> </ul> <p><b>Умеет:</b> - планировать процессы</p>	Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование

	<p>материально-технического обеспечения торговых предприятий; обеспечивать оптимальный размер закупок с учетом объема продаж товаров и спроса покупателей.</p> <p><b>Владеет:</b> -методическими подходами к организации и планированию процесса закупки и продажи товаров; навыками организации и планирования материально-технического обеспечения торговых предприятий.</p>	
--	--	--

## 7.2. Типовые контрольные задания

Текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

### *Образец тестового задания по первому модулю*

#### *Вариант 1*

1. Вид товара подразделяется на:
  - а) ассортиментные единицы;
  - б) ассортиментные группы;
  - в) ассортиментные позиции.
2. Товарный ассортимент характеризуется:
  - а) глубиной;
  - б) направленностью;
  - в) шириной;
  - г) сопоставимостью.
3. Ассортиментная политика — это:
  - а) определение потребительских качеств товара;
  - б) направление сегментирования рынка;
  - в) построение оптимальной ассортиментной структуры.
4. К показателям, характеризующим ассортиментную концепцию, относят:
  - а) уровень и частоту обновления продукции;
  - б) уровень и соотношение цен;
  - в) уровень технических характеристик товара;
  - г) разнообразие видов товаров.
5. Система формирования ассортимента включает:
  - а) оценку рыночной доли конкурентов;
  - б) оценку существующих аналогов конкурентов;
  - в) оценку и пересмотр всего ассортимента.
6. Управление ассортиментом предполагает координацию следующих видов деятельности:
  - а) научно-технической;
  - б) стимулирование спроса;
  - в) организации сбыта;

- г) только организации сбыта.
7. Различают следующие виды наращивания товарного ассортимента:
- а) вверх;
  - б) двустороннее наращивание;
  - в) горизонтальное наращивание;
  - г) вниз.
8. Наращивание ассортимента вниз имеет своей целью:
- а) снижение занимаемой доли рынка;
  - б) сдерживание конкурентов;
  - в) наступление на конкурентов;
  - г) проникновение на растущие сегменты рынка.
9. Для завоевания и расширения доли рынка фирмы используют:
- а) широкий ассортимент;
  - б) узкий ассортимент;
  - в) стабильный ассортимент.
10. Наращивание ассортимента вверх — это удлинение товарной линии за счет:
- а) товаров среднего качества;
  - б) товаров низкого качества;
  - в) товаров высокого качества.
11. Причинами насыщения товарного ассортимента выступает стремление:
- а) получить дополнительные прибыли;
  - б) задействовать неиспользуемые производственные мощности;
  - в) стать ведущей фирмой на рынке;
  - г) уступить конкурентам часть рынка.
12. Высокий объем продаж, приходящийся на несколько товарных позиций означает:
- а) оптимальность товарной линии;
  - б) уязвимость товарной линии;
  - в) надежность товарной линии.
13. Основными факторами, влияющими на выбор месторасположения магазина, выступают:
- а) характеристики потенциальных покупателей;
  - б) наличие других магазинов;
  - в) плотность населения;
  - г) удобство подъездных путей.
14. Микромир магазина складывается из следующих составляющих:
- а) технологической;
  - б) психологической;
  - в) экономической.
15. Психологическая составляющая микромира магазина — это:
- а) расположение магазина;
  - б) атмосфера магазина;
  - в) товарный ассортимент магазина.

16. Какие из составляющих микромира магазина вносят большой вклад в финансовую эффективность магазина:
- а) технологическая;
  - б) психологическая;
  - в) обе.
17. Оценочные показатели, характеризующие товарный ассортимент подразделяются на:
- а) внутренние;
  - б) условные;
  - в) рыночные;
  - г) абсолютные.
18. К внутренним показателям оценки ассортимента относят:
- а) уровень проникновения;
  - б) уровень дистрибуции;
  - в) рентабельность продаж.
19. Стандарт обслуживания — это системный документ свода правил качественного обслуживания клиентов, их обязательного выполнения в целях удовлетворения запросов потребителей с учетом корпоративных гарантий:
- а) да; б) нет.
20. При коэффициенте качества обслуживания потребителей, равном 0,9, обслуживание оценивается как:
- а) отличное;
  - б) хорошее;
  - в) удовлетворительное.

### **Контрольные вопросы к зачету для промежуточного контроля**

1. Поступление и приемка товаров на складах.
2. Хранение товаров на складе.
3. Индексация.
4. Отпуск товаров со склада.
5. Номенклатура статей издержек обращения.
6. Состав издержек обращения по видам затрат.
7. Оформление поступления товаров.
8. Порядок приемки по количеству.
9. Порядок приемки по качеству.
10. Оформление уценки и списания товаров надлежащего качества.
11. Оформление движения товаров и учет реализации внутри розничного предприятия (магазина).
12. Инвентаризация товарно-материальных ценностей.
13. Методы анализа и учета товарных запасов на торговом предприятии.
14. Особенности труда на торговом предприятии.
15. Процесс контроля за реализацией планов.
16. Организация контроля реализации целевых программ и текущих планов.
17. Виды и формы товарной информации на предприятии. Товарная информация.

18. Средства товарной информации.
19. Маркировка.
20. Торговая маркировка.
21. Оформление товарных ценников.
22. Инвентаризация товарно-материальных ценностей.
23. Понятие об ассортименте товаров и их классификация.
24. Порядок формирования ассортимента товаров на предприятиях оптовой торговли.
25. Порядок формирования ассортимента товаров в магазинах.
26. Управление товарными запасами на предприятиях торговли.
27. Факторы, определяющие состав и содержание технологических процессов и операций.
28. Определение количества технологического оборудования, производственного инвентаря, размеров основных площадей и численности основного торгового персонала.
29. Разработка технологической документации, технологическая карта.
30. Способы размещения товаров на складах и в магазине.
31. Основные мероприятия по предупреждению, повреждению и порчи товаров.
32. Формы спроса.
33. Расчет покупательных потоков в магазине.
34. Основные принципы управления ассортиментом.
35. Виды ассортимента.
36. Эффективное управление ассортиментом.
37. Оценка и пересмотр товарного ассортимента.
38. Оформление поступления товаров.
39. Критерии формирования торгового ассортимента.
40. Полнота и стабильность ассортимента.
41. Порядок приемки товаров по количеству.
42. Анализ структуры ассортимента.
43. Ассортиментная политика в области товарного обеспечения рынка.
44. Три формы спроса.
45. Процесс управления ассортиментом.
46. Задачи и методы изучения потребительского спроса.
47. Улучшение ассортимента товаров.
48. Показатели рациональности ассортимента.
49. Критерии формирования торгового ассортимента.
50. Виды ассортимента.

**7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.**

Оценка за модуль определяется как сумма баллов за текущую и контрольную работу.



Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,5/0,5.

Текущая работа включает оценку аудиторной и самостоятельной работы.

Оценка знаний студента на практическом занятии (аудиторная работа) производится по 100-балльной шкале.

Оценка самостоятельной работы студента (написание эссе, подготовка доклада, выполнение домашней контрольной работы и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущую работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале:

«0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов  
«10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов

«51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки

«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

«86-90 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам.

Таблица перевода рейтингового балла по дисциплине в «зачтено»  
или «не зачтено»

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по дисциплине
0-50	Не зачтено

51-100	Зачтено

Например:



## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**

а) основная литература:

1. Магомедов Ш.Ш. Управление товарным ассортиментом и запасами [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Ш.Ш. Магомедов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 176 с. — 978-5-394-02529-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60629.html>
2. Киселев В.М., Николаева М.А. Категорийный менеджмент. – М.: Норма, 2013. – 208 с.
3. Чувакова С.Г. Управление ассортиментом магазина. – М.: Дашков и Ко. 2011. – 260 с.

б) дополнительная литература:

1. Сысоева С.В., Бузукова Е.А. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице. – СПб.: Питер, 2012. – 336 с.
2. Сысоева С.В., Бузукова Е.А. Управление ассортиментом в рознице. Категорийный менеджмент. – СПб.: Питер, 2011. – 288 с.
3. Бузукова Е.А. Ассортимент розничного магазина. Методы анализа и практические советы. – СПб.: Питер, 2011. – 176 с.
4. Куликова Н.Р., Трыкова Т.А., Борзунова Н.С. Управление ассортиментом товаров. Учебное пособие. – М.: Альфа-М, 2013. – 240 с.
5. Федотова Г.Ю. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Г.Ю. Федотова. — Электрон. текстовые данные. — СПб. : Троицкий мост, 2016. — 400 с. — 978-5-9908002-6-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/56161.html>

## **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**

- 1) eLIBRARY.RU[Электронный ресурс]: электронная библиотека /Науч. электрон. б-ка. — Москва, 2018 - . Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Яз. рус., англ.
- 2) Moodle[Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. - Махачкала, г. - Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. - URL: <http://moodle.dgu.ru/>.
- 3) Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. - Махачкала, 2018 - Режим доступа: <http://elib.dgu.ru,свободный>.

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.**

Комплексное изучение предлагаемой студентам учебной дисциплины «Управление ассортиментом торговой организации» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу студентов в ходе проведения практических занятий и лабораторных работ, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы студентов.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты студентами во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки студента к практическим занятиям.

Основной целью практических занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы практического занятия. Ряд вопросов дисциплины, требующих авторского подхода к их рассмотрению (например, вопросы, связанные с управлением ассортиментом торговых организаций в Республике Дагестан), заслушиваются на практических занятиях в форме подготовленных студентами сообщений (10-15 минут) с последующей их оценкой всеми студентами группы.

Для успешной подготовки устных сообщений на практических занятиях студенты в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: «Управление ассортиментом магазина», «Управление сбытом», «Управление магазином», «Управление компанией», «Управление каналами дистрибуции».

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.**

Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта. Разработан учебный курс на электронной платформе Moodle.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории (405 ауд., 421 ауд., 408 ауд., 434 ауд. 422 ауд.), оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS Power Point, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.