

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
Проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

«30» 06. 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.10.01

Товарная политика и товарный ассортимент

(Индекс дисциплины)

(Наименование дисциплины)

Кафедра: Экономики и финансов

Код

Наименование кафедры

Направление подготовки:

38.03.06 - Торговое дело

Профиль подготовки:

Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров

Уровень образования: бакалавриат

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Очно-заочное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Всего	108		108
	Аудиторные занятия	36		12
	Лекции	12		4
	Лабораторные занятия	-		-
	Практические занятия	24		8
	Самостоятельная работа	72		92
	Промежуточная аттестация	-		4
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	-		-
	Зачет	8		9
	Контрольная работа	-		9
	Курсовой проект (работа)	-		-
Общая трудоемкость дисциплины (зачетные единицы)		3		3

Форма обучения:	Распределение зачетных единиц трудоемкости по семестрам											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Очная								3				
Очно-заочная												
Заочная								0,5	2,5			

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению_38.03.06 Торговое дело

на основании учебных планов № 1/1/237
1/3/246

1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре образовательной программы

Блок 1: Базовая Обязательная Дополнительно является факультативом
 Вариативная По выбору

1.2. Цель дисциплины

Развивать компетенции обучающегося в области товарной политики организации, методов анализа и управления товарным ассортиментом, формирования профессионального взгляда на эффективность товарной стратегии.

1.3. Задачи дисциплины

- дать студентам необходимые теоретические знания в области товарной политики организации;
- научить анализировать показатели товарного ассортимента и управлять товарной линией;
- привить навыки самостоятельного, творческого использования теоретических знаний в практической деятельности маркетолога и экономиста.

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
ПК-2	способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	второй
Планируемые результаты обучения Знать: Основные товарные стратегии и механизмы их реализации Уметь: Формировать оптимальную структуру товарного ассортимента Владеть: навыками нахождения обоснованных управленческих решений в области разработки и внедрения стратегий		
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	второй
Планируемые результаты обучения Знать: цели, задачи и предмет ассортиментной политики коммерческого предприятия, понятия ассортимента и номенклатуры товаров Уметь: управлять ассортиментной политикой коммерческого предприятия Владеть: Навыками управления ассортиментом и качеством товаров и услуг		

1.5. Дисциплины (практики) образовательной программы, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

- Менеджмент (ПК-2)
- Ценообразование (ПК-2)
- Бухгалтерский учет (ПК-2)
- Лабораторный практикум по бухгалтерскому учету (ПК-2)
- Учебно-исследовательская работа (ПК-2)
- Организация и управление коммерческой деятельностью (ПК-2)
- Управление предпринимательской деятельностью (ПК-2)
- Таможенное регулирование и таможенные платежи (ПК-2)
- Маркетинг (ПК-3)

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Учебный модуль 1. Товарная политика и товарные стратегии			

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Тема 1. Товар и его свойства. Понятия «товар» и «продукт» в товарной политике. Основные составляющие товара для производителя и потребителя. Характеристики потребительских свойств товара: физические, функциональные, экономические, экономические, эргономические и т.п.	10		10
Тема 2. Уровни товара. Иерархия товаров. Понятия «товар по замыслу», «товар в реальном исполнении» и «товар с подкреплением». Экспортный товар. Уровни товара в иерархии потребительской ценности. Иерархия товаров: класс, тип товаров, товарная линия и т.п. Товар-микс.	14		12
Тема 3. Классификация товаров и услуг в товарной политике и маркетинге. Классификация потребительских товаров: товары повседневного спроса, предварительного выбора, пассивного спроса, престижные и т.п. Классификация товаров производственного назначения. Классификации по степени долговечности, по роли в маркетинге и другим характеристикам и признакам. Классификация услуг.	12		12
Тема 4. Понятие товарной политики и товарной стратегии. Определение товарной политики. Сущность стратегического подхода в решении задач товарной политики. Товарная стратегия как фактор обеспечения устойчивой структуры ассортимента, постоянного сбыта и стабильной прибыли.	10		10
Тема 5. Основные направления товарной стратегии. Стратегия инновации, в т.ч. диверсификация (горизонтальная, вертикальная, концентрическая) и дифференциация товара. Стратегии вариации и модификации, в т.ч. вариации функциональных и физических свойств, дизайна, имиджа, марки товара, а также профилизация и адаптация. Стратегия элиминации товара, в т.ч. специализация и изменение сортности. Решения, принимаемые в рамках товарных стратегий. Достоинства и недостатки товарных стратегий.	14		12
Текущий контроль 1 (проверочная работа)	2		-
Учебный модуль 2. Управление товарным ассортиментом			
Тема 6. Товар-микс и его характеристики. Понятие товара-микс. Альтернативы товарного ассортимента по глубине и ширине. Измерения товара-микс (длина, согласованность и т.п.), определяющие направления товарной стратегии фирмы. Основные характеристики товарного ассортимента: широта, полнота, структура, устойчивость, обновляемость и др.	10		10
Тема 7. Методика расчета показателей ассортимента. Классификационные группы ассортимента изделий. Абсолютный и относительный показатели широты ассортимента. Расчет показателей полноты, структуры, устойчивости, обновляемости ассортимента. Определение обобщенного показателя ассортимента.	10		10
Тема 8. Анализ и управление товарной линией. Понятие товарной линии. Методы анализа текущего состояния объема продаж по товарным группам. Анализ информации в принятии решения о стратегии развития и рыночного профиля каждого товара. Оптимальная длина товарной линии. Управление товарной линией: вытягивание, наполнение, выделение, сокращение, расширение.	10		10
Тема 9. Товарная политика и торговая деятельность. Мерчендайзинг. Сущность и значение мерчендайзинга в торговой деятельности фирмы. Мерчендайзинговый подход к стимулированию продаж в торговых точках. Сервис.	10		14
Текущий контроль 2 (проверочная работа)	2		-
Текущий контроль (контрольная работа)	-		4
Промежуточная аттестация по дисциплине (зачет)	4		4
ВСЕГО:	108		108

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

3.1. Лекции

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	8	-				-
2	8	3				-
3	8	3			8	2
4	8	2			8	2
5	8	-				-
6	8	-				-
7	8	-				-
8	8	-				-
9	8	4				-
ВСЕГО:		12				4

3.2. Практические и семинарские занятия

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	Товар и его свойства. (практическое занятие)	8	4			9	-
2	Уровни товара. Иерархия товаров. (практическое занятие)	8	4			9	2
3	Классификация товаров и услуг в товарной политике и маркетинге. (практическое занятие)	8	4			9	2
4	Понятие товарной политики и товарной стратегии. (практическое занятие)	8	4			9	2
5	Основные направления товарной стратегии. (практическое занятие)	8	2			9	-
6	Товар-микс и его характеристики. (практическое занятие)	8	4			9	-
7	Методика расчета показателей ассортимента. (практическое занятие)	8	4			9	-
8	Анализ и управление товарной линией. (практическое занятие)	8	2			9	-
9	Товарная политика и торговая деятельность. Мерчендайзинг. Сервис. (Деловая игра, практическое занятие)	8	4			9	2
ВСЕГО:			24				8

3.3. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Не предусмотрены

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера учебных модулей, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1	Проверочная работа	8	1				
2	Проверочная работа	8	1				

Номера учебных модулей, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1-2	Контрольная работа	-	-			9	1

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Усвоение теоретического материала	8	52			8	14
Подготовка к практическим (семинарским) занятиям	8	16			9	20
Выполнение домашних заданий					9	4
Подготовка к зачету	8	4			9	4
ВСЕГО:		72				96

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

7.1. Характеристика видов и используемых инновационных форм учебных занятий

Наименование видов учебных занятий	Используемые инновационные формы	Объем занятий в инновационных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Лекции	Проходят в форме лекция-диалог, проблемная лекция, лекция – визуализация, лекция – презентация.	5		2
Практические и семинарские занятия	Аналитический реферат, кейс, ситуационные задачи, деловая игра.	7		4
ВСЕГО:		12		6

7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

№ п/п	Вид деятельности обучающегося	Весовой коэффициент значимости, %	Критерии (условия) начисления баллов
1	Аудиторная активность: посещение лекций и активная работа на практических занятиях, подготовка и представление в срок аналитического реферата	30	<ul style="list-style-type: none"> - 2 балла за каждое посещение занятий (всего 18 занятий в семестре), максимум 36 баллов - 4 балла за работу на практических занятиях и выполнение заданий (всего 12 занятий в семестре) – максимум 48 баллов - 16 баллов за выполнение аналитического реферата и его защиту на практическом занятии (1 доклад в семестре)
2	Выполнение текущего контроля	20	- 2 проверочные работы в семестре, 50 баллов за каждую – максимум 100 баллов
3	Активное участие в деловой игре	20	- 1 деловая игра в семестре, максимум 100 баллов
4	Сдача зачета	30	<ul style="list-style-type: none"> - Ответ на вопрос устного собеседования – 50 баллов - Ответ на практическое задание – 50 баллов, максимум 100 баллов

Итого (%):	100
------------	-----

Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

Баллы	Оценка по нормативной шкале	
86 - 100	5 (отлично)	Зачтено
75 – 85	4 (хорошо)	
61 – 74		
51 - 60		
40 – 50	3 (удовлетворительно)	Не зачтено
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	
1 – 16		
0		

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Дьякова Т.М. Размещение и выкладка товаров в торговом зале магазина [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дьякова Т.М.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2014.— 48 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21549>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

2. Товарный менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ — Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2014.— 136 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/47368>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

3. Философова Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Менеджмент», «Экономика»/ Философова Т.Г., Быков В.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 295 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40462>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

б) дополнительная учебная литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Фирменное наименование. Товарный знак. Место происхождения товара. Коммерческое обозначение [Электронный ресурс]: постатейный комментарий к главе 76/ М.Я. Кириллова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Статут, 2015.— 222 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29147>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

2. Джефффри Оуэн Кац Энциклопедия торговых стратегий [Электронный ресурс]/ Джефффри Оуэн Кац, Донна Л. Маккормик— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблшер, 2016.— 394 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/41529>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

3. Кент Т. Розничная торговля [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция» («Торговое дело»)/ Кент Т., Омар О.— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 719 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81845.html>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Товарная политика и товарный ассортимент [Электронный ресурс]: методические указания к изучению курса, выполнению контрольных работ для студентов направления подготовки 080100.62 "Экономика" и 080200.62 "Менеджмент" для всех форм обучения / СПГУТД. Каф. экономики и финансов ; сост. А. С. Неуструева. - СПб. : [б. и.], 2015. - 25 с. – Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2316, по паролю.

2. Петренко Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / Петренко Ю. В., Неуструева А. С. – СПб., СПГУТД, 2016. – 103 с. – Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3200, по паролю.

3. Спицкий С. В. Эффективная аудиторная и самостоятельная работа обучающихся: методические указания / С. В. Спицкий. — СПб.: СПбГУПТД, 2015. – Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2015811, по паролю

4. Караулова И. Б. Организация самостоятельной работы обучающихся / И. Б. Караулова, Г. И. Мелешкова, Г. А. Новоселов. – СПб.: СПГУТД, 2014. – 26 с. – Режим доступ http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2014550, по паролю

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. <http://publish.sutd.ru/> Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД содержит полнотекстовые версии монографий, учебников, учебных пособий, методических указаний,

сборниках трудов преподавателей и сотрудников университета. В среде реализован многокритериальный поиск данных. В базу данных включены издания, начиная с 2007 года.

2. <http://www.iprbookshop.ru/> Электронная библиотека по всем отраслям знаний, в полном объеме соответствующая требованиям законодательства РФ в сфере образования (лицензионные документы, справка соответствия ЭБС ФГОС). В базе ЭБС IPRbooks содержится более 15 000 изданий — это учебники, монографии, журналы по различным направлениям подготовки специалистов высшей школы, другая учебная литература.
3. <http://www.4p.ru/main/index.php> - журнал по маркетингу – Сайт полностью посвящен маркетингу; содержит интересные теоретические материалы по различным аспектам маркетинга, а также раздел, посвященный результатам маркетинговых исследований. Кроме того, на сайте есть книжный магазин деловой литературы, каталог ссылок на ресурсы сети.
4. <http://powerbranding.ru/> - практичный сайт по маркетингу, содержит информацию как теоретического так и практического характера.
5. <http://www.marketing.spb.ru/> Энциклопедия маркетинга. Один из наиболее популярных сайтов, посвященных маркетингу. Содержит информацию как теоретического (публикации по маркетингу, библиография), так и практического (перечень маркетинговых фирм, отчеты по исследованиям) характера.

8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Windows 10,
2. OfficeStd

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Стандартно оборудованная аудитория
2. Видеопроектор с экраном
3. Ноутбук

8.6. Иные сведения и (или) материалы

Не предусмотрено

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
Лекции	<p>Лекции обеспечивают теоретическое изучение дисциплины. На лекциях излагается основное содержание курса, иллюстрируемое конкретными примерами, широко используется зарубежный и отечественный опыт по соответствующей тематике.</p> <p>Освоение лекционного материала обучающимся предполагает следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проработка рабочей программы в соответствии с целями и задачами, структурой и содержанием дисциплины; • конспект лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы и формулировки; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. • проверка терминов, понятий: осуществлять с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь; • работа с теоретическим материалом (конспектирование источников): найти ответ на вопросы в рекомендуемой литературе. <p>Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации или на практическом занятии.</p>
Практические занятия	<p>На практических занятиях разъясняются теоретические положения дисциплины. Обучающиеся рассматривают конкретные ситуации, овладевают навыками сбора анализа, обработки информации для принятия самостоятельных решений. Принимает участие в деловых играх и т.д.</p>
Лабораторные занятия	Не предусмотрены
Самостоятельная работа	<p>Самостоятельная работа обучающегося предполагает расширение и закрепление знаний, умений и навыков, усвоенных на аудиторных занятиях путем самостоятельной проработки учебно-методических материалов по дисциплине и других источников информации, выполнения рефератов, подготовки докладов, выполнение текущих практических задания по поиску профессиональной информации в Интернете, подготовки к проверочным работам и зачету и т.д.</p> <p>Самостоятельная работа выполняется индивидуально.</p>

10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

10.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

10.1.1. Показатели оценивания компетенций на этапах их формирования

Код компетенции / этап освоения	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
ПК-2 Второй этап	Перечисляет уровни стратегий предприятия и их состав	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для устного собеседования (15 вопросов)
	Рассчитывает показатели товарного ассортимента	Практическое задание	Практические типовые задания (5 заданий)
	Разрабатывает варианты стратегий предприятия на разных уровнях жизненного цикла товара, учитывая специфику предприятия и особенности целевой аудитории	Практическое задание	Практические типовые задания (5 заданий)
ПК-3 Второй этап	Называет основные показатели ассортимента; Характеризует источники товарных ресурсов, необходимых для формирования рационального ассортимента	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для устного собеседования (15 вопросов)
	Анализирует состав и динамику товарооборота коммерческого предприятия; формулирует предложения по оптимизации ассортимента	Практическое задание	4 варианта практической работа
	Изучает и прогнозирует спрос с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка	Практическое задание	4 варианта практической работа

10.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций Критерии оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
		Устное собеседование
55 - 100	Зачтено	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопросы, способен правильно применить основные методы и инструменты при решении практических задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Допускаются несущественные ошибки* в ответе на вопросы преподавателя и решении практических заданий. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
0 - 54	Не зачтено	Обучающийся не может изложить значительной части программного материала, допускает существенные ошибки*, допускает неточности в формулировках и доказательствах, нарушения в последовательности изложения программного материала; неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задания. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.

10.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

10.2.1. Перечень вопросов (тестовых заданий), разработанный в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Формулировка вопроса (задания)	Номер темы
1	Значение и сущность товарной политики. Место товарной политики в	1

	предпринимательской и маркетинговой деятельности фирмы.	
2	Задачи, решаемые в рамках товарной политики. Условия разработки и осуществления товарной политики.	1
3	Понятия «товар» и «продукт» в товарной политике. Основные составляющие товара для производителя и потребителя.	1
4	Характеристики потребительских свойств товара: физические, функциональные, экономические, эргономические и т.п.	1
5	Понятия «товар по замыслу», «товар в реальном исполнении» и «товар с подкреплением». Экспортный товар.	2
6	Уровни товара в иерархии потребительской ценности.	2
7	Иерархия товаров: класс, тип товаров, товарная линия и т.п. Товар-микс.	2
8	Классификация потребительских товаров: товары повседневного спроса, предварительного выбора, пассивного спроса, престижные и т.п.	3
9	Классификация товаров производственного назначения.	3
10	Классификации по степени долговечности, по роли в маркетинге и другим характеристикам и признакам.	3
11	Классификация услуг.	3
12	Определение товарной политики.	4
13	Сущность стратегического подхода в решении задач товарной политики.	4
14	Товарная стратегия как фактор обеспечения устойчивой структуры ассортимента, постоянного сбыта и стабильной прибыли.	4
15	Стратегия инновации, в т.ч. диверсификация (горизонтальная, вертикальная, концентрическая) и дифференциация товара.	5
16	Стратегии вариации и модификации, в т.ч. вариации функциональных и физических свойств, дизайна, имиджа, марки товара, а также профилизация и адаптация.	5
17	Стратегия элиминации товара, в т.ч. специализация и изменение сортности. Решения, принимаемые в рамках товарных стратегий.	5
18	Достоинства и недостатки товарных стратегий.	5
19	Понятие товара-микс. Альтернативы товарного ассортимента по глубине и ширине.	6
20	Измерения товара-микс (длина, согласованность и т.п.), определяющие направления товарной стратегии фирмы.	6
21	Основные характеристики товарного ассортимента: широта, полнота, структура, устойчивость, обновляемость и др.	6
22	Классификационные группы ассортимента изделий. Абсолютный и относительный показатели широты ассортимента.	7
23	Расчет показателей полноты, структуры, устойчивости, обновляемости ассортимента.	7
24	Определение обобщенного показателя ассортимента.	7
25	Понятие товарной линии.	8
26	Методы анализа текущего состояния объема продаж по товарным группам.	8
27	Анализ информации в принятии решения о стратегии развития и рыночного профиля каждого товара.	8
28	Оптимальная длина товарной линии.	8
29	Управление товарной линией: вытягивание, наполнение, выделение, сокращение, расширение.	8
30	Сущность и значение мерчендайзинга в торговой деятельности фирмы.	9

Вариант типовых заданий (задач, кейсов), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Условия типовых задач (задач, кейсов)	Ответ
1	Какова структура такого товара как жидкое мыло в соответствии с трехуровневой схемой?	<ul style="list-style-type: none"> • Замысел – потребность в гигиене • Реальное исполнение – жидкость характерного цвета и запаха в пластмассовой упаковке с крышкой. • Подкрепление – Дозатор, телефон горячей линии <p>(возможны и другие варианты ответов)</p>
2	Каковы варианты упаковок для майонеза. Необходимо указать форму упаковки, материал, из которого она будет выполнена, его фактуру и цвет, функциональные приспособления для удобства пользования товаром, содержание маркировки товара.	<p>1 вариант</p> <ul style="list-style-type: none"> • Форма упаковки – литровая банка • Материал – пластмасса • Цвет – белый • Функциональное приспособление – возможность повторно использовать банку

		<ul style="list-style-type: none"> Информация – информация о товаре, его составе, производителе и сроке годности на этикетки <p>2 вариант</p> <ul style="list-style-type: none"> Форма упаковки – пакет Материал – полиэтилен Цвет – белый Функциональное приспособление – занимает мало места в холодильнике, удобный дозатор Информация – информация о товаре, его составе, производителе и сроке годности на этикетки <p>(возможны и другие варианты ответов)</p>																																								
3	<p>Впишите в соответствующие столбцы таблицы характеристики, отражающие состояние товарных единиц с точки зрения модели товара:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Монтаж 2. Упаковка 3. Основная выгода 4. Гарантии 5. Послепродажное обслуживание 6. Марочное название 7. Внешнее оформление 8. Поставки 9. Свойства 10. Качества 11. Дизайн 12. Кредитование 	<table border="1"> <tr> <td>Товар по замыслу</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Товар в реальном исполнении</td> <td>2,6,7,9,10,11</td> </tr> <tr> <td>Товар с подкреплением</td> <td>1,4,5,8,12</td> </tr> </table>	Товар по замыслу	3	Товар в реальном исполнении	2,6,7,9,10,11	Товар с подкреплением	1,4,5,8,12																																		
Товар по замыслу	3																																									
Товар в реальном исполнении	2,6,7,9,10,11																																									
Товар с подкреплением	1,4,5,8,12																																									
	<table border="1"> <tr> <td>Товар по замыслу</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Товар в реальном исполнении</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Товар с подкреплением</td> <td></td> </tr> </table>	Товар по замыслу		Товар в реальном исполнении		Товар с подкреплением																																				
Товар по замыслу																																										
Товар в реальном исполнении																																										
Товар с подкреплением																																										
4	<p>Заполните таблицу, на основе полученных данных, определите категорию товара по матрице БКГ.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Тарифный план</th> <th>Товарооборот за 2014 г., тыс. руб. ПАО «Мегафон»</th> <th>Товарооборот за 2014 г., тыс. руб. «МТС»</th> <th>Средний темп прироста, %</th> <th>ОДР</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Все включено XS</td> <td>24008</td> <td>51128</td> <td>1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Все включено S</td> <td>262132</td> <td>217500</td> <td>5</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Все включено M</td> <td>520982</td> <td>519820</td> <td>15</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Все включено L</td> <td>152790</td> <td>365200</td> <td>11</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Все включено VIP</td> <td>72147</td> <td>92049</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Переходи на ноль</td> <td>378400</td> <td>302950</td> <td>12</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Итого</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Тарифный план	Товарооборот за 2014 г., тыс. руб. ПАО «Мегафон»	Товарооборот за 2014 г., тыс. руб. «МТС»	Средний темп прироста, %	ОДР	Все включено XS	24008	51128	1		Все включено S	262132	217500	5		Все включено M	520982	519820	15		Все включено L	152790	365200	11		Все включено VIP	72147	92049	6		Переходи на ноль	378400	302950	12		Итого					<ul style="list-style-type: none"> Все включено XS - Собака Все включено S – Дойная корова Все включено M - Звезда Все включено L – Трудный ребенок Все включено VIP - Собака Переходи на ноль - Звезда
Тарифный план	Товарооборот за 2014 г., тыс. руб. ПАО «Мегафон»	Товарооборот за 2014 г., тыс. руб. «МТС»	Средний темп прироста, %	ОДР																																						
Все включено XS	24008	51128	1																																							
Все включено S	262132	217500	5																																							
Все включено M	520982	519820	15																																							
Все включено L	152790	365200	11																																							
Все включено VIP	72147	92049	6																																							
Переходи на ноль	378400	302950	12																																							
Итого																																										

5	Какой этап жизненного цикла переживают в настоящее время перечисленные ниже товары? Товары: 1) газированные напитки компании «Нуг»; 2) мобильные телефоны;	Газированные напитки компании «Нуг» - внедрение Мобильные телефоны - спад									
6	Какова товарная номенклатура магазина товаров народных промыслов «Небылица» для не менее двух уровней продукции при линейке из трех товарных категорий?	<table border="1"> <tr> <td>Изделия из дерева</td> <td>Изделия из глины</td> <td>Изделия из камня</td> </tr> <tr> <td>Шкатулки</td> <td>Посуда</td> <td>Сувениры</td> </tr> <tr> <td>Матрешки</td> <td>Свистульки</td> <td>Украшения</td> </tr> </table> <p>(возможны и другие варианты ответов)</p>	Изделия из дерева	Изделия из глины	Изделия из камня	Шкатулки	Посуда	Сувениры	Матрешки	Свистульки	Украшения
Изделия из дерева	Изделия из глины	Изделия из камня									
Шкатулки	Посуда	Сувениры									
Матрешки	Свистульки	Украшения									
7	<p>Кейс. Компания «Мултон» усиливает свои бренды с помощью новых упаковок.</p> <p>Недавно производитель соков - компания «Мултон» изменила упаковку соков Niso. По мнению экспертов, предыдущая упаковка выглядела слишком строго, с чем, вероятно, было, связано то, что наибольшим успехом продукт пользовался в Северо-Западном регионе.</p> <p>Концепция, самого продаваемого сока компании - «Добрый» также была обновлена: технологи изменили рецептуру всей продуктовой линии, кроме яблочного и томатного соков. Вместе с тем, изменилась и упаковка «Доброго». Перед дизайнерами стояла задача сохранить узнаваемость бренда, сделав при этом упаковку более яркой. Кроме того, «Мултон» выпустил 1,5 - литровую упаковку «Доброго». Перезапуск бренда был поддержан комплексной рекламой.</p> <p>«Мултон» вывел на рынок новую упаковку сока Rich, объемом 0,25 л. Это новый объем на российском рынке, где традиционна порционная упаковка 0,2 л. По данным компании, марка Rich с момента своего запуска за неполный год смогла завоевать 4 % рынка соков, и доля бренда постоянно увеличивается. Было замечено, что в отличие от других марок Rich не показал себя зависимым от сезонного спада продаж, который у соков традиционно наступает летом. Это объясняется тем, что для людей все более актуальной становится эмоциональная сторона бренда.</p> <p>Определите:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какой марочной стратегии придерживается компания «Мултон»? 2. Какие изменения в упаковке были осуществлены компанией? 3. Каковы основные функции упаковки для сока (как элемента марочной стратегии)? 4. На каком этапе жизненного цикла находится сок Rich? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Индивидуальные марки 2. Новый объем, более яркая упаковка, 3. Сохранить узнаваемость бренда, сделав при этом упаковку более яркой. 4. Рост 									

10.3. Методические материалы,

определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности), характеризующих этапы формирования компетенций

10.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче зачета и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета)

10.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная письменная компьютерное тестирование иная*

*В случае указания формы «Иная» требуется дать подробное пояснение

10.3.3. Особенности проведения зачета

Время на подготовку ответов на зачет – 45 мин