

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«29» 06 2021 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.01.02 Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение
сохраняемости товаров

Учебный план: 2021-2022_38.03.06_РИНПО_ФГОС 3++_Торговля непродов. товарами_ЗАО_с_№
1-3-114с.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело
(специальность)

Профиль подготовки: Торговля непродовольственными товарами
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоём- кость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
3	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
4	УП	4	28	4	1	Зачет
	РПД	4	28	4	1	
Итого	УП	4	60	4	2	
	РПД	4	60	4	2	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 963

Составитель (и):

доктор технических наук, Доцент

Федорова
Анатолевна

Лариса

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой менеджмента

Титова Марина
Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Куличенко Анатолий
Васильевич

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области управления товарным ассортиментом, позволяющим обеспечить эффективное формирование ассортиментной политики предприятия, оценки качества и обеспечения сохранности товаров.

1.2 Задачи дисциплины:

- изучить принципы управления ассортиментом;
- освоить определение вектора и приоритеты в развитии ассортимента компании;
- внести логику и последовательность в принятие решений по управлению продуктом;
- научиться соблюдать оптимальные условия и сроки хранения и транспортирования;
- изучить контроль режима и сроки хранения товаров.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Организация и технология розничной торговли
- Товарный менеджмент
- Товароведение однородных групп непродовольственных товаров
- Поведение потребителей

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-4: Способен определять и согласовывать требования к продукции (услугам), установленные потребителями, а также требования, не установленные потребителями, но необходимые для эксплуатации продукции (услуг)

Знать: Виды товарных потерь, причины их возникновения и порядок списания; классификацию ассортимента, товароведные характеристики продовольственных и непродовольственных товаров однородных групп, оценку качества, маркировку; условия и сроки транспортирования и хранения, санитарно-эпидемиологические требования к ним.

Уметь: Формировать и анализировать торговый (или промышленный) ассортимент; - оценивать качество товаров и устанавливать их градации качества; - рассчитывать товарные потери и списывать их; - идентифицировать товары; - соблюдать оптимальные условия и сроки хранения и транспортирования, санитарно-эпидемиологические требования к ним.

Владеть: Навыками определения показателей ассортимента; распознавания товаров по ассортиментной принадлежности; оценки качества товаров в соответствии с установленными требованиями; установления градаций качества; расшифровки маркировки; контроля режима и сроков хранения товаров; соблюдения санитарно-эпидемиологических требований к товарам, упаковке, условиям и срокам хранения.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Управление ассортиментом товаров	3				
Тема 1. Ассортиментная политика предприятия		1		8	ГД
Тема 2. . Формирование ассортимента товаров		2		10	ГД
Тема 3. Стратегия и тактика управления ассортиментом		1		14	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 2. Товар как инструмент удовлетворения потребностей	4				
Тема 4. Понятие товара			0,5	4	ГД
Тема 5. Понятие потребности и её связь со спросом			0,5	4	ГД
Тема 6. Товарная политика и жизненный цикл товара			0,5	4	ГД
Тема 7. Анализ потребности в товарах			0,5	4	ГД

Раздел 3. Обеспечение качества и количества товаров				
Тема 8. Свойства и показатели качества		0,5	4	ГД
Тема 9. Упаковка и хранение товаров		0,5	4	ГД
Тема 10. Реализация товаров и послепродажное обслуживание		1	4	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	28	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		8,25	60	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-4	Описывает виды товарных потерь, причины их возникновения и порядок списания. Классифицирует и формирует ассортимент, товароведные характеристики продовольственных и непродовольственных товаров. Соблюдает оптимальные условия и сроки хранения товаров, условия их оптимальной транспортировки.	Вопросы устного собеседования. Типовые практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Ответ на теоретический вопрос по материалам лекций полный, с возможными несущественными ошибками. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра	
Не зачтено	Ответ на теоретический вопрос не полный, с существенными ошибками. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 3	
1	Товары и предложения
2	Положение продукта на рынке
3	Измерение рыночного спроса
4	Прогнозирование спроса на основе статистики
5	Оценка конкурентной среды
6	Ценность товара для потребителя
7	Удовлетворение потребителя
Курс 4	
8	Товары и предложения
9	Положение продукта на рынке
10	Понятие товара

11	Критерии классификации товаров
12	Классификация товаров по формам продукта
13	Классификация товаров в зависимости от времени потребления
14	Классификация товаров по особенностям спроса
15	Анализ потребности в товарах
16	Товарный ассортимент
17	Виды и классификация ассортимента
18	Принципы управления ассортиментом продукции
19	Роль товарной группы
20	Сущность ассортиментной политики предприятия
21	Ассортиментная концепция и направления ассортиментной стратегии предприятия
22	Функции управления ассортиментом товаров
23	Методы анализа ассортимента продукции
24	Методы формирования ассортимента предприятия
25	Причины конкуренции между ассортиментными позициями предприятия
26	Анализ взаимного влияния ассортиментных позиций
27	Ассортимент как поток и товарный запас
28	Принципы анализа и планирования ассортимента в условиях конкуренции
29	Природа товарных запасов и ее влияние на успешность управления товарным ассортиментом
30	Стратегия и тактика управления ассортиментом
31	Свойства и показатели качества
32	Классификация показателей качества
33	Номенклатура потребительских свойств и показателей качества товаров
34	Виды безопасности товаров и природа воздействий, влияющих на них
35	Классификация дефектов товаров
36	Условия хранения товаров
37	Упаковка товаров и её виды
38	Классификация методов хранения
39	Операции при подготовке товаров к реализации
40	Классификация товарных потерь
41	Методы по предупреждению и снижению товарных потерь

5.2.2 Типовые тестовые задания

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задача 1. Емкость рынка, на котором представлена компания со своим фирменным товаром, составляет 150 тыс. шт. в год. Товар реализуется через 1,5 тыс. магазинов, 600 из которых продают фирменный товар компании. Эти 600 магазинов продают 90 тыс. шт. товара в год, причем 30 тыс. из них - фирменный товар компании.

Вопрос:

1. Рассчитайте величину относительного покрытия рынка (ОПР) товаром компании.
2. Рассчитайте долю рынка (ДР), занимаемую этим товаром.

Задача 2. Спрос на товар составляет несколько тысяч штук в месяц и ежемесячно растет на 60%.

Вопрос. Сколько потребуется времени, чтобы спрос примерно удвоился, полагая, что существующая тенденция будет продолжаться?

Задача 3. Имеются два производителя товаров (А и Б) и три потребителя товаров (№1, №2 и №3). Все эти элементы канала распределения действуют независимо. Каждый из производителей располагает определенным количеством товара: 60 тыс. ед. и 40 тыс. ед. Каждый потребитель готов приобрести определенную часть этого товара: 50 тыс. ед., 30 тыс. ед. и 20 тыс. ед. Относительная величина прибыли (эффективность) каждого из производителей следующая:

производитель А при продаже товаров каждому из потребителей получает соответственно 16 тыс. р., 10 тыс. р. и 8 тыс. р. с каждого проданного изделия;

производитель Б – соответственно 12 тыс. р., 18 тыс. р. и 6 тыс. р.

Вопрос. Какая организация каналов распределения наиболее выгодна?

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Время на подготовку 0.5 часа; в это время входит подготовка ответа на теоретический вопрос и решение практико-ориентированного задания.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Лукич, Р. М.	Управление продажами	Москва: Альпина Пабlishер	2020	http://www.iprbookshop.ru/96863.html
Джоббер, Д., Ланкастер, Дж.	Продажи и управление продажами	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/81832.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Лукич Р. М	Управление продажами	Москва: Альпина Пабlishер	2017	http://www.iprbookshop.ru/68019.html
Дрёмова, Ю. Г., Букова, А. А.	Управление продажами. Практические ситуации для анализа	Москва: Научный консультант	2018	http://www.iprbookshop.ru/80801.html
Валигурский Д.И.	Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка	Москва: Дашков и К	2019	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=359539
Кондрашов, В. М., Горфинкеля, В. Я.	Управление продажами	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/81577.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>
 Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
 справочная правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional
 Microsoft Windows
 СПС КонсультантПлюс

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

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска