

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«29» 06 2021 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.ДВ.02.02** Управление ассортиментом

Учебный план: 2021-2022\_38.03.07\_РИНПО\_ФГОС 3+\_Товаровед. и экспертиза  
непрод.товаров\_ЗАО\_с\_№ 1-3-115с.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки: 38.03.07 Товароведение  
(специальность)

Профиль подготовки: Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров  
(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	8	4	56	4	2	Зачет
	РПД	8	4	56	4	2	
Итого	УП	8	4	56	4	2	
	РПД	8	4	56	4	2	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 985

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 и сбыта продукции.

**1.2 Задачи дисциплины:**

- формирование четких рамок для новых продуктов;
- целевых показателей по росту продаж и рентабельности для существующих товарных групп;
- создание принципов управления ассортиментом;
- утвердить вектор и приоритеты в развитии ассортимента компании;
- внести логику и последовательность в принятие решений по управлению продуктом.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

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

- Основы технологии производства товаров
- Теоретические основы товароведения и экспертизы товаров
- Информационные технологии
- Экономика предприятия
- Товароведение однородных групп непродовольственных товаров

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ПК-1: Способен разработать корректирующие действия по управлению несоответствующей продукцией (услугами) в ходе эксплуатации</b>
<b>Знать:</b> Международные и национальные стандарты в области качества; теоретические и методологические основы обеспечения и управления качеством продукции и услуг; статистические методы контроля качества
<b>Уметь:</b> Организовывать работу на предприятии по обеспечению и управлению качеством, разработке и внедрению элементов системы качества
<b>Владеть:</b> Навыками формирования теоретических и методологических основ обеспечения и управления качеством продукции и услуг

## 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. Товар как инструмент удовлетворения потребностей	3				
Тема 1. Понятие товара		1		5	ГД
Тема 2. Понятие потребности и её связь со спросом				5	ГД
Тема 3. Классификация товаров		1		5	ГД
Тема 4. Товарная политика и жизненный цикл товара			1	5	ГД
Тема 5. Анализ потребности в товарах				6	ГД
Раздел 2. Теоретические аспекты управления ассортиментом					
Тема 6. Сущность понятия ассортимент		1		4	ГД
Тема 7. Классификация ассортимента товаров		1		4	ГД
Тема 8. Методы формирования ассортимента продукции предприятия		1	1	5	ГД
Тема 9. Оценка товарных запасов			1	6	ГД
Раздел 3. Основные принципы управления ассортиментом продукции					
Тема 10. Ассортиментная политика предприятия	1		3	ИЛ	
Тема 11. Основные принципы управления ассортиментом продукции	1		3	ГД	
Тема 12. Формирование ассортимента товаров	1		3	ГД	

Тема 13. Значение эффективного управления ассортиментом в развитии предприятия		1	2	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	8	4	56	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25			
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>	12,25		56	

#### 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-1	Описывает теоретические и методологические основы обеспечения и управления качеством продукции и услуг. Формирует ассортимент товаров. Организует работу на предприятии по обеспечению и управлению качеством, разработке и внедрению элементов системы качества.	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 текущего спроса
6	Оценка будущего спроса
7	Оценка конкурентной среды
8	Ценность товара для потребителя
9	Удовлетворение потребителя
10	Понятие товара
11	Жизненный цикл товара
12	Критерии классификации товаров
13	Товарный ассортимент
14	Виды и классификация ассортимента
15	Принципы управления ассортиментом продукции
16	Роль товарной группы
17	Сущность ассортиментной политики предприятия

18	Функции управления ассортиментом товаров
19	Методы анализа ассортимента продукции
20	Методы формирования ассортимента предприятия
21	Причины конкуренции между ассортиментными позициями предприятия
22	Анализ взаимного влияния ассортиментных позиций
23	Ассортимент как поток и товарный запас
24	Принципы анализа и планирования ассортимента в условиях конкуренции
25	Природа товарных запасов и ее влияние на успешность управления товарным ассортиментом
26	Сущность управления запасами
27	Границы применения ABC и XYZ анализов при управлении запасами
28	Стратегия и тактика управления ассортиментом
29	Значение эффективного управления ассортиментом в развитии предприятия

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

### 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
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Джоббер, Д., Ланкастер, Дж.	Продажи и управление продажами	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/81832.html">http://www.iprbookshop.ru/81832.html</a>
Лукич, Р. М.	Управление продажами	Москва: Альпина Паблишер	2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/96863.html">http://www.iprbookshop.ru/96863.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Дрёмова, Ю. Г., Букова, А. А.	Управление продажами. Практические ситуации для анализа	Москва: Научный консультант	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/80801.html">http://www.iprbookshop.ru/80801.html</a>

Кондрашов, В. М., Горфинкеля, В. Я.	Управление продажами	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/81577.html">http://www.iprbookshop.ru/81577.html</a>
Лукич Р. М	Управление продажами	Москва: Альпина Паблицер	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/68019.html">http://www.iprbookshop.ru/68019.html</a>
Девятловский, Д. Н.	Коммерческая деятельность предприятия (организации)	Красноярск: Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева	2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/107203.html">http://www.iprbookshop.ru/107203.html</a>

Баженов Ю.К., Баженов А.Ю.	Коммерческая деятельность	Москва: Дашков и К	2018	<a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=359540">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=359540</a>
Смирнова, И. Ю.	Управление продажами	Симферополь: Университет экономики и управления	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/86421.html">http://www.iprbookshop.ru/86421.html</a>

### 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

Microsoft Windows

Интернет-тренажеры в сфере образования

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

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