

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«28» 06 2022 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.ДВ.03.01** Управление ассортиментом

Учебный план: 2022-2023 38.03.02 ИБК Креат мен в диз и моде ЗАО №1-3-60.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:  
(специальность) 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Креативный менеджмент в дизайне и моде  
(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				
4	УП	8	4	128	4	4	Зачет
	РПД	8	4	128	4	4	
Итого	УП	8	4	128	4	4	
	РПД	8	4	128	4	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 970

Составитель (и):

кандидат технических наук, Доцент

\_\_\_\_\_

Федорова  
Анатольевна

Лариса

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой менеджмента

\_\_\_\_\_

Титова Марина  
Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Титова Марина  
Николаевна

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:

- Операционный менеджмент
- Экономика предприятия
- Деловые коммуникации и документирование

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ПК-7: Способен организовать и координировать взаимодействие с подразделениями организации и внешними контрагентами по постпродажному обслуживанию и сервису</b>
<b>Знать:</b> Принципы формирования ассортиментной политики; построения организационных структур коммерческих подразделений
<b>Уметь:</b> Определять уровень запасов и планировать закупки товаров
<b>Владеть:</b> Навыками формирования ассортимента; идентификации факторов, определяющих ассортимент продукции и выявление степени их влияния

## 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	4				
Тема 1. Понятие товара		1		8	ГД
Тема 2. Понятие потребности и её связь со спросом				8	ГД
Тема 3. Классификация товаров				8	ГД
Тема 4. Товарная политика и жизненный цикл товара				8	ГД
Тема 5. Анализ потребности в товарах			1	8	ГД
Раздел 2. Теоретические аспекты управления ассортиментом					
Тема 6. Сущность понятия ассортимент		1		8	ГД
Тема 7. Классификация ассортимента товаров				8	ГД
Тема 8. Методы формирования ассортимента продукции предприятия				8	ГД
Тема 9. Оборачиваемость товарных запасов		1	1	8	ГД
Тема 10. Оценка товарных запасов		1		8	ГД
Раздел 3. Управление ассортиментом товаров					
Тема 11. Ассортиментная политика предприятия	1		8	ГД	
Тема 12. Основные принципы управления ассортиментом продукции	1		8	ГД	
Тема 13. Формирование ассортимента товаров в оптовой торговле		1	8	ИЛ	

Тема 14. Формирование ассортимента товаров в розничной торговле		1		8	ИЛ
Тема 15. Стратегия и тактика управления ассортиментом		1		8	ГД
Тема 16. Значение эффективного управления ассортиментом в развитии предприятия			1	8	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8	4	128	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		12,25		128	

#### 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-7	Объясняет понятие потребности и её связь со спросом. Излагает	Вопросы устного

	классификацию товаров, классификацию ассортимента товаров. Характеризует методы формирования ассортимента продукции предприятия Проводит оценку товарных запасов. Формирует ассортимент товаров в оптовой торговле Разрабатывает стратегию и тактику управления ассортиментом	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 4	
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	Классификация товаров по формам продукта
14	Классификация товаров в зависимости от времени потребления
15	Классификация товаров по особенностям спроса
16	Анализ потребности в товарах
17	Товарный ассортимент
18	Виды и классификация ассортимента
19	Принципы управления ассортиментом продукции
20	Роль товарной группы
21	Сущность ассортиментной политики предприятия
22	Ассортиментная концепция и направления ассортиментной стратегии предприятия
23	Функции управления ассортиментом товаров
24	Методы анализа ассортимента продукции
25	Методы формирования ассортимента предприятия
26	Формирование ассортимента товаров в оптовой торговле
27	Формирование ассортимента товаров в розничной торговле
28	Причины конкуренции между ассортиментными позициями предприятия
29	Анализ взаимного влияния ассортиментных позиций
30	Ассортимент как поток и товарный запас
31	Ключевые факторы успеха в управлении ассортиментом.

32	Принципы анализа и планирования ассортимента в условиях конкуренции
33	Природа товарных запасов и ее влияние на успешность управления товарным ассортиментом
34	Сущность управления запасами
35	Границы применения ABC и XYZ анализов при управлении запасами
36	Стратегия и тактика управления ассортиментом
37	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>
Валигурский Д.И.	Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка	Москва: Дашков и К	2019	<a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=359539">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=359539</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Лукич, Р. М.	Управление продажами	Москва: Альпина Паблишер	2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/96863.html">http://www.iprbookshop.ru/96863.html</a>
Минько, Э. В., Минько, А. Э.	Организация коммерческой деятельности промышленного предприятия	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/74228.html">http://www.iprbookshop.ru/74228.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>
Кузнецов И. Н., Авт.-сост.	Управление продажами: Учебно-практическое пособие для бакалавров. — 3-е изд.	Москва: Дашков и К	2018	<a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=352417">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=352417</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

СПС КонсультантПлюс

### 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