

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования "Пермский  
государственный национальный исследовательский  
университет"**

**Кафедра маркетинга**

Авторы-составители: **Керзина Евгения Александровна**  
**Антинескул Екатерина Александровна**

Рабочая программа дисциплины  
**ОСНОВЫ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ**  
Код УМК 86015

Утверждено  
Протокол №10  
от «03» июня 2020 г.

Пермь, 2020

## **1. Наименование дисциплины**

Основы товарной политики

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина входит в вариативную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **38.03.06** Торговое дело  
направленность Маркетинг

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

В результате освоения дисциплины **Основы товарной политики** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

**38.03.06** Торговое дело (направленность : Маркетинг)

**ПК.10** способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности

**ПК.11** способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

#### 4. Объем и содержание дисциплины

<b>Направления подготовки</b>	38.03.06 Торговое дело (направленность: Маркетинг)
<b>форма обучения</b>	очная
<b>№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины</b>	9
<b>Объем дисциплины (з.е.)</b>	3
<b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>	108
<b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b>	42
<b>Проведение лекционных занятий</b>	14
<b>Проведение практических занятий, семинаров</b>	28
<b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>	66
<b>Формы текущего контроля</b>	Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (2)
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет (9 триместр)

## **5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины**

### **Основы товарной политики**

#### **Входной контроль**

Понятие маркетинг. Основные принципы маркетинга. Понятие товар, потребитель, ассортимент. Жизненный цикл товара. Понятие бренд и торговая марка

#### **Понятия, модели и классификации товаров**

Лекции

URL:

Сущность товарной политики.

Алгоритм процесса управления товарными системами.

Формирование курса деятельности и товарной стратегии.

Взаимосвязь между условиями рынка, задачами, ресурсами и товарной политикой организации.

Практические занятия / семинарские занятия

Задание 1.

Составьте многоуровневую модель товара на примере любого товара, выделив первый уровень - товар по замыслу, второй уровень - товар в реальном исполнении, третий уровень - товар с подкреплением.

Задание 2.

Согласно мультиатрибутивной модели товара (по Ф. Котлеру) впишите в таблицу характеристики, функции и операции, соответствующие определенному уровню товара – кондиционера для помещений:

- трехслойная упаковка;
- охлаждение воздуха;
- бесплатная доставка;
- послепродажное обслуживание;
- марка «Panasonic»;
- наличие дистанционного пульта;
- монтаж силами поставщика;
- кредитование сроком на два года;
- гарантия сроком на пять лет;
- цвет корпуса – серый;
- ионизация воздуха;
- регулировка положения жалюзи

Самостоятельная работа.

Взаимосвязь между условиями рынка, задачами, ресурсами и товарной политикой организации.

#### **Сущность и инструменты товарной политики**

Лекции.

Стратегии формирования привлекательного товарного предложения.

Разработка и внедрение нового товара на рынок.

Вариация товара.

Элиминация товара.

Сервисное и гарантийное обслуживание.

Практические занятия / семинарские занятия

Задание 1. Дайте характеристику основным стадиям жизненного цикла товара.

Самостоятельная работа.

Разбейтесь на пары. Выберите из списка одну торговую сеть. Проведите анализ ассортимента в выбранной торговой сети. Заполните таблицу.

1. По данным проведенного исследования, сделать вывод по выбранной торговой сети.
2. Определить товары – лидеры по низкой и высокой цене.
3. Дать рекомендации по товарной и ценовой политике.

### **Управление товарной политикой**

Лекции

Проблемы и факторы обновления продукции.

Восприимчивость к обновлению продукции.

Содержание основных инновационных стратегий.

Основные характеристики жизненного цикла изобретений.

Мероприятия по планированию и разработки новых товаров.

Основные методы генерирования новых идей.

Практические занятия / семинарские занятия

Ситуация 1. Городской молокозавод выводит на рынок новую продуктовую линию под новым брендом. На рынке хорошо развиты все средства коммуникаций. Разработать мероприятия маркетинга для такой фазы жизненного цикла, как фаза внедрения товара на рынок.

Ситуация 2. Фабрика игрушек выводит на рынок новый продукт (мягкая игрушка для детей в возрасте 3–5 лет). Разработать мероприятия маркетинга для таких фаз жизненного цикла, как фаза роста и фаза зрелости.

Самостоятельная работа.

### **Системы управления качеством**

Лекции

Качество товаров: понятия, свойства и показатели, классификация свойств, показателей качества и их значений.

Номенклатура потребительских свойств качества товаров: понятие, классификация на группы и подгруппы, их краткая характеристика.

Безопасность товаров: понятие, виды безопасности. Факторы, влияющие на формирование качества товаров.

Степень значимости определенных факторов: проектирования, основного вспомогательного сырья, материалов, конструкций, технологических процессов.

Практические занятия/ семинарские занятия

Семинарское занятие

1. Классификация потребностей потребителей в зависимости от различных признаков.
2. Формирование требований предъявляемым к товарам.
3. Корректирующие мероприятия по повышению качества товаров.
4. Взаимодействие торговых и промышленных организаций по обеспечению качества. Роль товароведных служб этих организаций

Самостоятельная работа.

Провести оценку удовлетворенности товаром потребителей, используя мультиатрибутивную модель. Цель работы: освоить методику оценки удовлетворенности товара потребителем, используя мультиатрибутивную модель.

Этапы работы.

1. Выбрать товар или предприятие
2. Определить для выбранного товара по 5 атрибутов.
3. Разработать вопросы. По каждому атрибуту задается 2 вопроса.
  - В какой степени Вы удовлетворены качеством товара?
  - Насколько важно для Вас качество?

Ответы должны оцениваться по десяти балльной шкале.

4. Для каждого атрибута рассчитывается отношение удовлетворенности к важности по формуле.

### **Управление товарным ассортиментом**

Лекции

Понятие и классификация ассортимента. Управление ассортиментом.

Основные направления в области формирования ассортимента.

Факторы формирования ассортимента.

Нормативная база формирования ассортимента.

Практические занятия / семинарские занятия

Задача 1.

В ассортименте фирменном обувном магазине имеется 8 видов обуви: сапоги, слипоны, туфли, кроссовки, ботинки, ботильоны, резиновая обувь, домашняя обувь при 13 видах, представленных в каталоге предприятия-изготовителя (т. е. отсутствуют балетки, босоножки, макасины, сабо, сандалии).

Определить коэффициент широты.

Задача 2.

В отделе колбасы продуктового магазина представлен следующий ассортимент вареные колбасы, сосиски и сардельки, варёно-копчёные колбасы, полукопченые колбасы, сырокопчёная колбаса, сыровяленые колбасы, мясные деликатесы. В каталоге колбасы стоят следующие позиции вареные колбасы, сосиски и сардельки, варёно-копчёные колбасы, полукопченые колбасы, сырокопчёная колбаса, сыровяленые колбасы, мясные деликатесы, холодец. Определить действительную широту, базовую широту. Посчитать коэффициент широты.

Самостоятельная работа.

1. Этапы формирования ассортимента. Факторы которые влияют на формирование ассортимента.

2. Ассортимент и товарная номенклатура, общие и отличительные особенности.
3. Влияние показателей ассортимента (широта, полнота, глубина) на результаты коммерческой деятельности .
4. Пути совершенствования ассортимента товаров ( на конкретном при-мере).

Кейс: «Головная боль в любом деле – это равнодушие» "ВкусВилл"

Оцените сбалансированность ассортимента (<http://vkusvill.ru>). Какие бы вы предложили новинки внедрить на Пермском рынке? (обоснуйте ответ)

Оцените возможности торговой деятельности и управления ассортиментом ВкусВилл в Перми в сравнении с текущими конкурентами

Сделайте прогноз продаж новых товаров (анализ ассортимента по параметрам влияния).

Подготовьте презентацию, в которой бы Вы указали ряд шагов для развития компании ВкусВилл в Перми: возможности для организации собственного производства, создание новых брендов (какие именно) и т.д.

URL:

### **Управление инновациями в товарной политике**

Лекции.

Понятие Инновации;

Диффузия потребительской инновации;

Новаторы, ранние последователи, раннее большинство, опоздавшие;

Скорость диффузии;

Относительные преимущества диффузии;

Совместимость инноваций;

Простота апробации инновации;

Практические занятия / семинарские занятия

Актуальные технологии, используемые в ритейле.

Самостоятельная работа.

Дайте определение диффузии потребительских инноваций.

Опишите модель Э. Роджерса.

Что из себя представляет диффузная модель Басса?

### **Жизненный цикл товара**

Лекции.

1. Стадии ЖЦТ: Разработка, Вывод на рынок, Рост, Зрелость, спад.

2. Кривая рост, Кривая с повторяющимся циклом, Гребешковая кривая;

3. Классическая кривая ЖЦТ;

4. Модель Э. Роджесера;

5. Модель Френка Басса

Практические занятия / семинарские занятия

Задание 1. Опишите изменение маркетинговых переменных с течением стадий жизненного цикла

товара

Самостоятельная работа.

Темы для самостоятельного изучения.

- 1) Назовите этапы жизненного цикла товара.
- 2) Укажите стратегии маркетинга на различных стадиях ЖЦТ.
- 3) Расскажите о разновидностях кривых жизненного цикла товара (виды ЖЦТ).

### **Бренд как инструмент товарной политики**

Лекция.

Понятие торговой марки и бренда: специфика терминологий.

Понятие бренда. Основные элементы, составляющие содержание бренда. Понятие брендинга.

Основные элементы формирования бренд-стратегии фирмы на рынке.

Функции бренда. Категории товаров и их потребность в торговой марке.

Понятие потребительского риска и значение бренда для его минимизации. Потребительские функции бренда.

Практические занятия/ семинарские занятия

Задание 1. Визуальная метафора бренда.

Алгоритм выполнения проектной задачи (как получить визуальные метафоры бренда?):

1. Первый шаг – найдите визуальные метафоры, олицетворяющие бренд (или идентичность бренда) либо его противоположность. Назовите визуальные метафоры, отражающие элементы стержневой идентичности (скажем, дружелюбность или лидерство).
3. Второй шаг - изучите бренды, имиджи которых близки к рассматриваемой идентичности. Какие визуальные знаки связаны с каждым из этих брендов? Какие цвета, образы? Метафоры? Чувства?
4. Третий шаг – предложите имя бренда (нейминг).
5. Четвертый шаг – разработайте элементы фирменного знака (логотипа).

Самостоятельная работа

### **Упаковка**

Лекции

Виды упаковок : Групповая упаковка, индивидуальная упаковка, упаковка повторного использования, множественная упаковка.

Этикетки

Маркировка продуктов

Штрихкод, виды штрихкодов

Практические занятия / семинарские занятия

Кейс "Что такое SRP ?"

Вопросы:

1. На ваш взгляд в России есть будущее у SRP-упаковки?
2. Какие товары могут в России продаваться с использованием данной упаковки?

Самостоятельная работа.

Кейс "Что такое SRP ?"

В парах. Выберите товар и продумайте его мерчандайзинг в торговых сетях с использованием

SRP-упаковки и без нее. Определите затраты и просчитайте эффективность (молоко, печенье, конфеты, соки).

## **Управление товарным портфелем**

Лекции

Товарный ассортимент;

Классификация ассортимента: по местонахождению; по широте охвата; по степени удовлетворенности; в зависимости от характера потребления.

Ассортиментная группа;

Свойство ассортимента;

Показатели ассортимента.

Практические занятия / семинарские занятия

Задание 1.

Сформируйте ассортимент для открывающегося магазина детской обуви.

Площадь магазина 20 кв.м. Обоснуйте подбор ассортимента товара для магазина с данной площадью.

Задание 2.

В магазине, торгующем продовольственными товарами, необходимо открыть непродовольственный отдел площадью 100 кв. м. Сформируйте ассортимент непродовольственной группы товаров, учитывая то, что рядом находится центральный рынок города.

Самостоятельная работа.

Провести анализ товарного портфеля предприятия.

Товарный портфель - это совокупность всех товаров (товарных групп, видов и разновидностей товара), для выпуска которых имеются возможности в рамках организационно-экономических и технологических условий данного производства.

В практике деятельности предприятий товарный портфель представляет собой совокупность товаров, обладающих различным уровнем рентабельности, находящихся на различных этапах жизненного цикла (ЖЦТ) и, как следствие, имеющих различные перспективы на рынке.

Большинство товаров можно условно разделить на семь групп:

Приносящие прибыль сегодня.

Продукция, которая даст прибыль завтра.

Разрабатываемые товары.

Требующие внесения изменений и исправлений.

Приносившие прибыль вчера.

Неудачные изделия. Товары, которые быстро проявляют себя и самоликвидируются.

Трудные случаи.

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

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

## **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

## 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### Основная:

1. Антинескул Е. А., Керзина Е. А., Ясырева А. А. Основы товарной политики: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров "Торговое дело"/Е. А. Антинескул, Е. А. Керзина, А. А. Ясырева ; ред. Л. А. Богданова.-Пермь:ПГНИУ,2019, ISBN 978-5-7944-3323-4.-102.- Библиогр.: с. 101. - Библиогр. в подстроч. примеч. <https://elis.psu.ru/node/575761>
2. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-394-03575-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/87620>

### Дополнительная:

1. Антинескул Е. А., Гарипова А. Р., Ясырева А. А. Теоретические основы товароведения/учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров "Торговое дело".- Пермь:ПГНИУ,2019, ISBN 978-5-7944-3326-5.-101.-Библиогр.: с.98-99 . - Библиогр. в подстроч. примеч. <https://elis.psu.ru/node/575864>
2. Маркетинг в профессиональной сфере : сборник практических заданий и кейсов / составители Т. И. Григорьева. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2017. — 40 с. — ISBN 978-5-906912-95-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/74730.html>
3. Йенс, Нордфальт Ритейл-маркетинг: практики и исследования / Нордфальт Йенс ; перевод И. Евстигнеева ; под редакцией А. Вороновой. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 496 с. — ISBN 978-5-9614-4701-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/86734.html>

## **9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины**

<https://www.marketing.spb.ru/read/m21/3.htm> Энциклопедия маркетинга

<https://vc.ru/marketing> Платформа для специалистов vc.ru

[mavriz.ru](http://mavriz.ru) Журнал маркетинг в России и за рубежом

<https://lpgenerator.ru/blog/2020/11/19/product-marketing-zachem-vam-nuzhen-produktovyj-marketolog/> Профессиональная платформа lpgenerator.ru

<http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/osnovy-tovarnoj-politiki.pdf> Учебное пособие Основы товарной политики

## **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Образовательный процесс по дисциплине **Основы товарной политики** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

1. Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
2. Доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
3. Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;
4. Офисный пакет приложений;
5. Приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов;
6. Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель);
7. Программа для просмотра интернет контента (браузер);
8. Облачные сервисы, размещенные в сети Интернет в свободном доступе и не требующие лицензионной платы: Trello.com, ZOOM//jitsi, GoogleDocs;
9. Редактор файлов от Яндекс.Диск, Google;
10. Социальные сети: VK/Facebook/Instagram/YouTube.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ ([student.psu.ru](http://student.psu.ru)).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

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

1. Лекционные занятия - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
2. Занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
3. Самостоятельная работа - аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.

4. Текущий контроль - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

5. Индивидуальные и групповые консультации - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

В случае инклюзивного обучения занятия будут проводиться в корпусе 8, имеющем пандус, лифт.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине  
Основы товарной политики**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции и  
критерии их оценивания**

<b>Компетенция</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<p><b>ПК.11</b> способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)</p>	<p>Знать: - инновационные методы; Уметь; - участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности; - управлять проектом;</p>	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b> не знает и не умеет использовать способы участия в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b> знает способы участия в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)</p> <p align="center"><b>Хорошо</b> знает и умеет, допуская ошибки, использовать способы участия в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)</p> <p align="center"><b>Отлично</b> знает и умеет использовать способы участия в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)</p>
<p><b>ПК.10</b> способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной</p>	<p>Знать: методы сбора первичной и вторичной информации; Методы маркетинговых исследований; Уметь: проводить научные, в том числе маркетинговые,</p>	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b> Не знает методы сбора первичной и вторичной информации; Методы маркетинговых исследований; Не умеет проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в</p>

<b>Компетенция</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
деятельности	исследования в профессиональной деятельности.	<p><b>Неудовлетворител</b>  профессиональной деятельности</p> <p><b>Удовлетворительн</b>  Знает методы сбора первичной и вторичной информации; Методы маркетинговых исследований;</p> <p>Не умеет проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности</p> <p><b>Хорошо</b>  Знает, допуская ошибки, методы сбора первичной и вторичной информации; Методы маркетинговых исследований;</p> <p>Умеет, допуская ошибки, проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности</p> <p><b>Отлично</b>  Знает методы сбора первичной и вторичной информации; Методы маркетинговых исследований;</p> <p>Умеет проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности</p>

## Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

**Вид мероприятия промежуточной аттестации :** Зачет

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов :** 100

### Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 50 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 50 балла

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<b>Входной контроль</b>	Входной контроль <b>Входное тестирование</b>	Знать основы товарной политики, понятия товар, товарный маркетинг.
<b>ПК.11</b> способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Управление товарной политикой <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	Знает: этапы создания товара-новинки; типологию методов управления ассортиментом; виды упаковочных материалов и ситуационное их применение в зависимости от функций упаковок; инструментарий товарной политики и его применимости в зависимости от этапа жизненного цикла товара. Владеет: понятие товар, его функции, понятие качества и воспринимаемого качества товаров; Умеет: использовать инструменты товарной политики в профессиональной деятельности.

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p><b>ПК.10</b> способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности</p> <p><b>ПК.11</b> способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)</p>	<p>Жизненный цикл товара</p> <p><b>Письменное контрольное мероприятие</b></p>	<p>Знает: этапы создания товара-новинки; типологию методов управления ассортиментом. Владеет: навыками оптимизации ассортимента предприятия.</p>
<p><b>ПК.10</b> способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности</p> <p><b>ПК.11</b> способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)</p>	<p>Управление товарным портфелем</p> <p><b>Итоговое контрольное мероприятие</b></p>	<p>Умеет: применять полученные знания в операционном и стратегическом маркетинге. Владеет: методами оценки конкурентоспособности товаров, методами комплексного анализа товарного ассортимента.</p>

### Спецификация мероприятий текущего контроля

#### Входной контроль

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	6
61-80% правильных ответов	5
41-60% правильных ответов	4
менее 41% правильных ответов	3

#### Управление товарной политикой

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **15**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	25
41-60% правильных ответов	20
41% правильных ответов	15
менее 41% правильных ответов	14

### **Жизненный цикл товара**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **15**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	25
41-60% правильных ответов	20
41% правильных ответов	15
менее 41% правильных ответов	14

### **Управление товарным портфелем**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **20**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Наличие результатов анализа проблемного вопроса - развернутая аналитическая записка	10
Наличие экономического обоснования предложений	10
Корректность выборки предложений по решению обозначенных проблем	10
Обозначение причинно-следственных связей проблем и результатов деятельности предприятия	10