

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Кафедра маркетинга

**Авторы-составители: Пьянков Виталий Владимирович
Новикова Ксения Владимировна
Антинескул Екатерина Александровна
Керзина Евгения Александровна**

Рабочая программа дисциплины

УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Код УМК 87720

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

Пермь, 2020

1. Наименование дисциплины

Управление ассортиментом торговой организации

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 **Управление ассортиментом торговой организации** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

38.03.06 Торговое дело (направленность : Маркетинг)

ПК.7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров

4. Объем и содержание дисциплины

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

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Управление ассортиментом торговой организации

Входной контроль

Остаточные знания по базовым элементам товарной политики (товар, качество, цена, ассортимент, торговая марка).

Понятие Ассортимент, Номенклатура Виды ассортимента (торговый ассортимент, промышленный), показатели ассортимента (широта , глубина).

1. Введение в ассортиментную политику компании

Основные понятия в области управления ассортиментом товаров. Цели, задачи, предмет управления ассортиментом товаров. Принципы формирования ассортимента предприятия. Принципы формирования ассортимента торговой организации. Направления изменения ассортимента. Основы ассортиментной политики компании. Ассортиментная политика как составляющая товарной политики. Место ассортиментной политики в комплексе маркетинга. Специфика ассортиментной политики. Промышленный ассортимент товаров. Понятие торгового ассортимента товаров. Ассортимент услуг. Классификация взаимосвязей товаров в ассортименте.

2. Понятие категорийного менеджмента

Понятие категорийный менеджмент. Введение в категорийный менеджмент. Особенности внедрения категорийного менеджмента. Специфика процесса управления в категорийном менеджменте. Необходимые изменения в организационной структуре торгового предприятия при внедрении категорийного менеджмента

3. Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия

Ассортимент товаров. Понятие об ассортименте товаров и их классификация. Промышленный ассортимент. Торговый ассортимент. Широта ассортимента. Глубина ассортимента. Частота спроса. Порядок формирования ассортимента товаров на предприятиях оптовой торговли. Рациональной формирование ассортимента товаров. Ассортиментный перечень. Процесс формирования ассортимента на оптовых предприятиях. Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия. Этапы формирования ассортимента в розничном торговом предприятии. Стратегия и тактика управления ассортиментом. Ассортиментная политика розничного торгового предприятия. Ценовая политика розничного торгового предприятия. Разработка торгового предложения. Направления изучение целевого потребителя в рамках формирования торгового предложения. Формирование торгового предложения на основе результатов изучения потребителей. Сравнение конкурирующих продуктов по критерию "потребительская ценность".

4. Методология категорийного ассортимента

Методология категорийного ассортимента. Выделение категорий в товарном ассортименте. Структурирование ассортимента. Формирование категорий в ассортименте. Определение структуры ассортимента. Балансировка ассортимента по широте. Балансировка ассортимента по глубине. Корректировка цен на товары внутри категории. Распределение торговых площадей между категориями.

5. Аналитические основы управления товарным ассортиментом

Метод анализа ассортимента. Метод анализа рентабельности ассортиментной группы. ABC-анализ. Планирование и анализ ассортимента продукции на промышленном предприятии. Планирование ассортимента продукции. Анализ конъюнктуры рынка. Исследование деятельности конкурентов. Характеристика товарного ассортимента. Промышленный ассортимент: каталоги и каталогизация продукции. Каталогизация для государственных нужд. Широта ассортимента, глубина ассортимента,

промышленные каталоги, номенклатурный каталог, отраслевой каталог. Показатели емкости, анализ влияния структуры ассортимента выпускаемой продукции на прибыль предприятия. Аналитические основы управления товарным ассортиментом. Структура ассортимента розничной торговой организации. ABC-анализ. XYZ-анализ. Совмещенный ABC-анализ и XYZ-анализ.

6. Формирование товарных запасов розничной торговой организации

Управление товарными запасами на предприятиях торговли. Товарные запасы текущего хранения. Товарные запасы сезонного хранения и досрочного завоза. Нормирование товарных запасов. Управление товарными запасами. Товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели, способы размещения товаров в магазине. Нормируемые потери. Ненормируемые потери. Потери при подготовке товаров к продаже. Потери в магазинах самообслуживания и с открытой выкладкой. Потери товаров в следствии боя, порчи, лома. Учет в суммовом выражении. Учет в количественно-суммовом выражении. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров. Сущность и значение закупочной работы. Порядок заключения договора поставки, его содержание. Реквизиты договора. Преамбула договора. Предмет договора. Сроки и порядок поставки. Количество и комплектность.

7. Теоретические основы управления ассортиментом в торговом предприятии

Теоретические основы управления ассортиментом в торговом предприятии. Понятие об ассортименте и торговой номенклатуре товаров. Основные факторы формирования торгового ассортимента на предприятиях розничной торговли. Методы и методики формирования товарного ассортимента. Договорные отношения организаций розничной торговли с иными организациями. Понятие договора. Необходимые атрибуты договора. Договор. Формы образцов договоров и сопроводительных документов. Договор поставки продовольственных и непродовольственных товаров.

8. Состояние и особенности управления ассортиментом в торговом предприятии

Состояние и особенности управления ассортиментом в торговом предприятии. Краткая характеристика магазина. Организация торговли продовольственными товарами; проведение товарообменных операций; закупка и продажа товара. Анализ ассортимента товаров в магазине и его поставщики. Классификация поставщиков продукции в магазине. Анализ структуры ассортимента товаров, реализуемых магазином. Структура ассортимента товаров, реализуемых магазином. Структура ассортимента товаров в магазине. Анализ внешней среды в процессе формирования ассортимента. Внешняя среда как основа формирования ассортимента товаров фирмы. Использование информационных технологий в процессе формирования ассортимента фирмы. Качественные методы анализа среды. Интервью. Фокус-группа. Проекционные методы. Экспертные методы. Swot-анализ. Количественные методы анализа внешней среды фирмы. Использование анкетирования в процессе формирования ассортимента компании. Выявление емкости целевого сегмента.

9. Основные направления совершенствования управления ассортиментом в торговом предприятии

Основные направления совершенствования управления ассортиментом товаров. Мероприятия по совершенствованию управления ассортимента в торговом предприятии. Мероприятия по расширению ассортимента товара в магазине. Определение количества технологического оборудования, производственного инвентаря, размеров основных площадей и численности основного торгового персонала. Методы определения количества технологического оборудования и производственного инвентаря. Типовые технологические операции. Численное значение коэффициента потерь. Факторы, определяющие состав и содержание технологических процессов и операций. Основные факторы, влияющие на содержание и состав технологических процессов и операций товародвижения.

Товарооборот.

10. Формирование и обновление ассортимента

Порядок формирования ассортимента товаров в магазинах. Факторы, оказывающие влияние на построение ассортимента товаров в розничных торговых предприятиях. Особенности формирования ассортимента товаров в магазинах. Процесс формирования ассортиментов в розничной торговой сети. Укрупненный ассортимент. Структура укрупненного ассортимента, коэффициент полноты ассортимента, коэффициент устойчивости. Формирование и обновление ассортимента. Инновации и разработка нового продукта. Изучение готовых обзоров рынков и данных риейл-аудита. Специальные методы наблюдения за спросом. Маркетинговые исследования при создании новой продукции. Опросы и наблюдения за покупателями. Анализ ассортимента конкурентов. Выбор поставщиков. Классификация новых товаров. Этапы создания новых товаров. Выбор поставщиков. Выбор производителей, товаров, брендов. Статистические методы наблюдения за спросом. Координация планов продаж и производства товаров. Планирование входного потока в рамках оперативно-тактического управления ассортиментом. Структура бизнес-плана (бизнес-проекта) внедрения новой продукции.

11. Управление ассортиментом товаров

Порядок формирования ассортимента товаров в магазинах. Факторы, оказывающие влияние на построение ассортимента товаров в розничных торговых предприятиях. Особенности формирования ассортимента товаров в магазинах. Процесс формирования ассортиментов в розничной торговой сети. Укрупненный ассортимент. Структура укрупненного ассортимента, коэффициент полноты ассортимента, коэффициент устойчивости. Формирование и обновление ассортимента. Инновации и разработка нового продукта. Изучение готовых обзоров рынков и данных риейл-аудита. Специальные методы наблюдения за спросом. Маркетинговые исследования при создании новой продукции. Опросы и наблюдения за покупателями. Анализ ассортимента конкурентов. Выбор поставщиков. Классификация новых товаров. Этапы создания новых товаров. Выбор поставщиков. Выбор производителей, товаров, брендов. Статистические методы наблюдения за спросом. Координация планов продаж и производства товаров. Планирование входного потока в рамках оперативно-тактического управления ассортиментом. Структура бизнес-плана (бизнес-проекта) внедрения новой продукции.

12. Особенности управления марочным ассортиментом

Оперативное управление ассортиментом. Формирование структуры ассортиментной программы. Содержание оперативно-тактического управления в области формирования ассортиментной программы. Оптимизация ассортиментной программы. Показатели, используемые для характеристики структуры ассортиментной программы. Использование ценовых инструментов в рамках оперативно-тактического управления ассортиментом. Рационализация существующего ассортимента. Анализ спроса. Статистические методы наблюдения за спросом. Анализ выполнения договоров на поставку. Анализ жизненного цикла товара. Специальные методы наблюдения за спросом. Опросы покупателей, клиентов и торговых посредников. Анализ ассортимента конкурентов и оценка конкурентоспособности их продукции. Анализ прибыльности продукции.

13. Организационно-экономическая характеристика предприятия

Эффективное управление ассортиментом. Методы повышения эффективности управления магазином. Автоматический заказ товаров, анализ прибыльности товаров, анализ стабильности ассортимента, анализ работы с поставщиками. Методы анализа и учета товарных запасов на торговом предприятии. Особенности труда на торговом предприятии. Процесс контроля за реализацией планов. Организация

контроля реализации целевых программ и текущих планов. Статистический метод планирования и нормирования товарных запасов, оперативный контроль, тактический контроль, стратегический контроль. Организация учета в магазине. Основные принципы и задачи бухгалтерского учета магазина. Складской (оперативный) и бухгалтерский стоимостной учет товаров и тары. Автоматизация учета товаров. Учет расчетов с поставщиками товаров и тары. Инвентаризация товаров в кладовой.

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. Мазилкина, Е. И. Управление конкурентоспособностью : учебное пособие / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина. — 2-е изд. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 397 с. — ISBN 978-5-4486-0458-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/79818.html>
2. Маркетинг в сервисе : учебное пособие / составители Т. И. Гурова, Т. Т. Фомина. — Москва : Московский городской педагогический университет, 2013. — 44 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/26518>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

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

<https://biz360.ru/materials/b2b-marketing-trendy-razvitiya-rynka-v-2021-godu/> Портал biz360.ru

mavriz.ru Журнал маркетинг в России и за рубежом

new-retail.ru портал new-retail.ru

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

Образовательный процесс по дисциплине **Управление ассортиментом торговой организации** 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).

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.

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
Управление ассортиментом торговой организации**

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

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ПК.7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров</p>	<p>Знать: - цели, задачи, принципы и объекты управления ассортиментом товаров; - процессы организации и планирование материально-технического обеспечения предприятия.</p>	<p align="center">Неудовлетворител Не знает: цели, задачи, принципы и объекты управления ассортиментом товаров; ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства; процессы организации и планирование материально-технического обеспечения предприятия.</p> <p align="center">Удовлетворительн Знает частично: цели, задачи, принципы и объекты управления ассортиментом товаров; ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства; процессы организации и планирование материально-технического обеспечения предприятия.</p> <p align="center">Хорошо Знает на среднем уровне: цели, задачи, принципы и объекты управления ассортиментом товаров; ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства; процессы организации и планирование материально-технического обеспечения предприятия.</p> <p align="center">Отлично Знает на высоком уровне: цели, задачи, принципы и объекты управления ассортиментом товаров; ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства; процессы организации и планирование материально-технического обеспечения предприятия.</p>
<p>ПК.7 способность организовывать и планировать материально-</p>	<p>Знать: - ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства</p>	<p align="center">Неудовлетворител Не знает: ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства.</p> <p align="center">Удовлетворительн</p>

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров</p>		<p>Удовлетворительн Частично знает: ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства.</p> <p>Хорошо Знает на среднем уровне: ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства.</p> <p>Отлично Знает на высоком уровне: ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства.</p>
<p>ПК.7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров</p>	<p>Знать: - методы анализа ассортимента, процессы и процедуры управления товарными запасами на предприятиях торговли</p>	<p>Неудовлетворител Не знает: методы анализа ассортимента, процессы и процедуры управления товарными запасами на предприятиях торговли.</p> <p>Удовлетворительн Частично знает: методы анализа ассортимента, процессы и процедуры управления товарными запасами на предприятиях торговли.</p> <p>Хорошо Знает на среднем уровне: методы анализа ассортимента, процессы и процедуры управления товарными запасами на предприятиях торговли.</p> <p>Отлично Знает на высоком уровне: методы анализа ассортимента, процессы и процедуры управления товарными запасами на предприятиях торговли.</p>
<p>ПК.7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров</p>	<p>Уметь: - формировать товарные категории, определять структуру ассортимента, анализировать ассортимент торгового предприятия.</p>	<p>Неудовлетворител Не умеет: формировать товарные категории, определять структуру ассортимента, анализировать ассортимент торгового предприятия.</p> <p>Удовлетворительн Частично умеет: формировать товарные категории, определять структуру ассортимента, анализировать ассортимент торгового предприятия.</p> <p>Хорошо Умеет на среднем уровне: формировать товарные категории, определять структуру ассортимента, анализировать ассортимент</p>

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p>Хорошо торгового предприятия.</p> <p>Отлично Умеет на высоком уровне: формировать товарные категории, определять структуру ассортимента, анализировать ассортимент торгового предприятия.</p>
<p>ПК.7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров</p>	<p>Владеть навыками: организации и планирования материально-техническое обеспечение предприятий.</p>	<p>Неудовлетворител Не умеет: формировать товарные категории; определять структуру ассортимента, анализировать ассортимент торгового предприятия.</p> <p>Удовлетворительн Частично умеет: формировать товарные категории; определять структуру ассортимента, анализировать ассортимент торгового предприятия.</p> <p>Хорошо Умеет на среднем уровне: формировать товарные категории; определять структуру ассортимента, анализировать ассортимент торгового предприятия.</p> <p>Отлично Умеет на высоком уровне: формировать товарные категории; определять структуру ассортимента, анализировать ассортимент торгового предприятия.</p>
<p>ПК.7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров</p>	<p>Уметь: осуществлять эмпирического моделирования ассортимента.</p>	<p>Неудовлетворител Не умеет: осуществлять эмпирического моделирования ассортимента.</p> <p>Удовлетворительн Частично умеет: осуществлять эмпирического моделирования ассортимента.</p> <p>Хорошо Умеет на среднем уровне: осуществлять эмпирического моделирования ассортимента.</p> <p>Отлично Умеет на высоком уровне: осуществлять эмпирического моделирования ассортимента.</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
Входной контроль	Входной контроль Входное тестирование	Остаточные знания по теме комплекс маркетинга, товарная, ценовая политики в Маркетинге. Понятие Ассортимент, Виды ассортимента, показатели ассортимента.
ПК.7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	2. Понятие категорийного менеджмента Письменное контрольное мероприятие	- овладеть основными понятиями в области управления ассортиментом товаров;- изучить цели, задачи, принципы и объекты управления ассортиментом товаров;- усвоить понятие категорийный менеджмент, правила его внедрения в управление различными предприятием торговли;- изучить модели и методы управления товарами.
ПК.7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	11. Управление ассортиментом товаров Защищаемое контрольное мероприятие	Умение: формировать товарные категории, определять структуру ассортимента, анализировать ассортимент торгового предприятия, нормировать товарные запасы.
ПК.7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	13. Организационно - экономическая характеристика предприятия Итоговое контрольное мероприятие	Умение: формировать товарные категории.

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
6 правильных ответов	6
5 правильных ответов	5
4 правильных ответов	4
3 правильных ответов	3
3 правильных ответов	3
2 правильных ответов	2
1 правильных ответов	1
0 правильных ответов	0

2. Понятие категорийного менеджмента

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**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-70% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильных ответов	14

11. Управление ассортиментом товаров

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**

Показатели оценивания	Баллы
-----------------------	-------

81-100% правильных ответов	30
61-70% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильных ответов	14

13. Организационно - экономическая характеристика предприятия

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**

Показатели оценивания	Баллы
Наличие результатов анализа проблемного вопроса - развернутая аналитическая записка	10
Структурное изложение изучаемого вопроса	10
Содержательность материала	10
Обозначение причинно-следственных связей проблем и результатов деятельности предприятия	10