

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

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

**Кафедра маркетинга**

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

Рабочая программа дисциплины  
**КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**  
Код УМК 93627

Утверждено  
Протокол №12  
от «09» июня 2021 г.

Пермь, 2021

## **1. Наименование дисциплины**

Категорийный менеджмент

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

Дисциплина входит в обязательную 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 **Категорийный менеджмент** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

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

**ПК.3** Способен осуществлять организацию процессов анализа требований к обслуживанию и сервису и управление взаимоотношениями с потребителями продукции

##### **Индикаторы**

**ПК.3.2** Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции

**ПК.4** Способен осуществлять процедуру закупок

##### **Индикаторы**

**ПК.4.2** Определяет требования к закупаемым видам товаров, работ, услуг и/или нормативным затратам; организывает и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов; обеспечивает публичное размещение отчета об объеме закупок у субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций; составляет отчетную документацию

**ПК.5** Способен осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства

##### **Индикаторы**

**ПК.5.1** Планирует и организует выполнение типовых работ тактического управления производством

#### 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>	10
<b>Объем дисциплины (з.е.)</b>	4
<b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>	144
<b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b>	56
<b>Проведение лекционных занятий</b>	28
<b>Проведение практических занятий, семинаров</b>	28
<b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>	88
<b>Формы текущего контроля</b>	Входное тестирование (1) Письменное контрольное мероприятие (3)
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен (10 триместр)

## 5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

### Входной контроль

#### **Тема 1. Введение в категорийный менеджмент.**

История и определение категорийного менеджмента. Основные отличия и преимущества категорийного менеджмента по сравнению с классическим товароведением Категория – основа для управления ассортиментом. Четыре основных правила категорийного управления. Управление ассортиментом магазина: цели и задачи: категорийный менеджмент как новый подход к управлению ассортиментом. Подготовка к внедрению категорийного менеджмента в компании. Бизнес-процесс «управление ассортиментом в компании». Определение принципов ассортиментной политики как части конкурентной стратегии компании. Изучение потребителей как основа категорийного менеджмента. Формирование ассортиментной матрицы и ассортиментного минимума. Организационная структура коммерческого отдела. Взаимодействие отделов – матричная структура компании. Место категорийного менеджера в структуре. Взаимодействие с отделами розничных продаж (магазины) и отделом маркетинга. Согласование планов. Новая должность - категорийный менеджер. Его задачи, функциональные обязанности и зона ответственности. Необходимая квалификация и путь развития: от закупщика к категорийщику. Функционал и должностные обязанности закупщика и категорийного менеджера. Структура коммерческого отдела. Инструменты категорийного менеджера и их использование. Мотивация категорийного менеджера (оклад, оклад + процент, система KPI). Опасность профессионального выгорания.

#### **Тема 2. Стратегия управления ассортиментом**

Ассортиментная политика предприятия. Стратегия и ассортимент. Виды конкурентных стратегий. Позиционирование магазина и конкурентные преимущества. Примеры из практики. Определение принципов ассортиментной политики как части конкурентной стратегии компании. Изучение потребителей как основа управления ассортиментом. Сегментирование покупателей (социально-демографическое, поведенческое, типология VALS, и др.) Основы психологии поведения потребителя. Как выбирает потребитель - категория или бренд.

#### **Тема 3. Методология категорийного менеджмента. Тактика управления ассортиментом**

Структурирование ассортимента. Дерево ассортимента - товарный классификатор (классы, группы, категории). Ассортиментная матрица, ассортиментный минимум. Позиционирование магазина в зависимости от ассортиментной матрицы. Свойства ассортимента – ширина, глубина. Как соотносится товарная специфика магазина и развитие ассортимента вглубь или в ширину. Торговый формат и изменение формата магазинов. Формирование (выделение) категорий. Определение товаров, входящих в категорию. Понятие категории. Традиционный и творческий подход к выделению категорий. Определение структуры категории. Бренд, цена, свойства, единицы учета в составе категории. Жесткие и мягкие категории. Дерево покупательских решений. Балансировка по ширине (роли категорий). Определение роли категории. Рекомендуемое соотношение категорий в ассортименте. Кросс-категориальный анализ. Определение потенциала категории. Принятие решение о развитии ассортимента. Меры по оптимизации ассортимента – стоит ли вводить новые категории. Балансировка по глубине (товары внутри категории). Вклад товаров категории в достижение целей магазина. Соотношение роли категории и целей магазина. Принятие решение о вводе и выводе товарных позиций. Ввод и вывод новых товаров. Какие цели необходимо скорректировать при оптимизации ассортимента. «Рога Исида» - внутренний кризис. Опасность стагнации ассортимента. Жизненный цикл товара и его влияние на развитие ассортимента.

#### **Тема 4. Ценообразование при управлении категориями.**

Стратегии ценообразования. Основные методы ценообразования (по издержкам, безубыточность, KVI, конкурентная среда, покупательская ценность, эластичность, демпинг и т.п.). Ограничения в применении методов. Вопросы ценообразования в разрезе управления ассортиментом по категориям. Факторы эффективного ценообразования. Бизнес-процесс «Ценообразование в розничной компании». Роль категорийного менеджера в ценообразовании. Ценообразование для товарных категорий с различными ролями в ассортименте. Принцип «лидерства по убыткам».

#### **Тема 5. Управление поставщиками**

Выбор поставщика. Критерии выбора. Оценка поставщика. Крупные и мелкие поставщики. Рейтинг поставщиков (оценка весов критериев). Стратегия поведения с Поставщиками. Сила позиции. Тактика взаимоотношений с поставщиками. Получение скидки. Получение бонуса. Уменьшение себестоимости. Совместные действия с поставщиком по товару. Совместные действия с поставщиком по цене. Особые условия договора.

Переговоры в процессе закупки. Переговоры – основной способ управления поставщиками. Подготовка и проведение результативных переговоров. Различные стратегии ведения переговоров. «Нет» в переговорах. «Жесткие» переговоры. Гарвардская модель. Суть переговоров. Области торга.

#### **Тема 6. Оперативное управление категорией**

Трехуровневая концепция мерчандайзинга. Внешний вид как важная составляющая восприятия магазина покупателями и как результат мощное средство стимулирования продаж. Правила организации торгового зала. Принципы распределения торговых площадей под разные категории. Практическое задание на оценку планировки и зонирования торгового зала магазина. Оценка эффективности использования торговых площадей. Основные правила и принципы выкладки товаров в торговом зале применительно к товарам разных категорий. Стандарты мерчандайзинга в розничной компании. Стимулирование продаж для товаров разных категорий. Категорийный мерчандайзинг и стимулирование продаж. Основные принципы распределения торгового пространства. Оценка эффективности использования торговых площадей. Методы стимулирования продаж в зависимости от целей компании. Типы стимулирования и целевая аудитория. Виды стимулирования продаж и уровень промо-активности для товарных категорий с различными ролями в ассортименте. Эффективность мероприятий по стимулированию продаж.

#### **Тема 7. Методы анализа ассортимента. Анализ эффективности торговой деятельности и управления ассортиментом.**

Оборачиваемость. Нормы оборачиваемости, формулы для подсчета оборачиваемости. Матрица оборачиваемости/маржинальности. ABC-анализ и XYZ-анализ. Совмещенный ABC-XYZ анализ. Логистический цикл товара. Расчет страхового запаса, точки перезаказа. Методы учета запасов ФИФО и ЛИФО. Дефицит и излишки (выявление причин, способы борьбы). Планирование ключевых показателей эффективности торговой деятельности. План-фактовый анализ. Анализ продаж и доходности (ABC-анализ). Прогноз стабильности продаж (XYZ-анализ). Прогноз продаж новых товаров (анализ ассортимента по параметрам влияния). Анализ сбалансированности ассортимента (выполнение всех ролей товарных категорий).

## **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. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Е. И. Мазилкина. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 300 с. — ISBN 978-5-394-03162-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/57160.html>
3. Мазилкина, Е. И. Бизнес-планирование : учебное пособие для бакалавров / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Вузовское образование, 2017. — 336 с. — ISBN 978-5-4487-0007-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/63198.html>

### Дополнительная:

1. Маркетинговый анализ и маркетинговая стратегия предприятия : методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине «Маркетинг» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» / составители Н. А. Бондарева. — Москва : Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. — 44 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/72596.html>



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

<https://www.retail.ru> Интернет-журнал retail.ru

<http://www.acort.ru/> Ассоциация компаний розничной торговли

<https://vc.ru> Платформа для специалистов и предпринимателей

<https://www.moysklad.ru> Платформа Мой склад

<https://new-retail.ru> B2B портал new-retail.ru

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

Образовательный процесс по дисциплине **Категорийный менеджмент** 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.

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  
Категорийный менеджмент**

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

**ПК.4**

**Способен осуществлять процедуру закупок**

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<b>ПК.4.2</b> Определяет требования к закупаемым видам товаров, работ, услуг и/или нормативным затратам; организовывает и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов; обеспечивает публичное размещение отчета об объеме закупок у субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций; составляет отчетную документацию	Уметь составлять стратегию управления ассортиментом, знать особенности составления ассортиментной матрицы компании	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не умеет составлять стратегию управления ассортиментом, не знает особенности составления ассортиментной матрицы компании</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Умеет частично составлять стратегию управления ассортиментом, знает частично особенности составления ассортиментной матрицы компании</p> <p align="center"><b>Хорошо</b></p> <p>Умеет, допуская ошибки, составлять стратегию управления ассортиментом, знает, допуская ошибки, особенности составления ассортиментной матрицы компании</p> <p align="center"><b>Отлично</b></p> <p>Умеет составлять стратегию управления ассортиментом, знает особенности составления ассортиментной матрицы компании</p>

**ПК.5**

**Способен осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства**

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<b>ПК.5.1</b> Планирует и организует выполнение типовых работ тактического управления производством	Знать методы разработки категорий товаров, уметь составлять тактику управления ассортиментом предприятия	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает методы разработки категорий товаров, не умеет составлять тактику управления ассортиментом предприятия</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Знает частично методы разработки категорий товаров, умеет частично составлять тактику управления ассортиментом предприятия</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает, допуская ошибки, методы разработки категорий товаров, умеет, допуская ошибки, составлять тактику управления ассортиментом предприятия</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Знает методы разработки категорий товаров, умеет составлять тактику управления ассортиментом предприятия</p>

### ПК.3

#### Способен осуществлять организацию процессов анализа требований к обслуживанию и сервису и управление взаимоотношениями с потребителями продукции

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p><b>ПК.3.2</b> Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции</p>	<p>Знать методы ценообразования при управлении категориями, методы управления поставщиками, методы анализа ассортимента, уметь анализировать эффективность торговой деятельности и управлять ассортиментом</p>	<p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает методы ценообразования при управлении категориями, методы управления поставщиками, методы анализа ассортимента, не умеет анализировать эффективность торговой деятельности и управлять ассортиментом</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Знает частично методы ценообразования при управлении категориями, методы управления поставщиками, методы анализа ассортимента, умеет частично анализировать эффективность торговой деятельности и управлять ассортиментом</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает, допуская ошибки, методы ценообразования при управлении категориями, методы управления поставщиками, методы анализа ассортимента, умеет, допуская ошибки, анализировать эффективность торговой деятельности и управлять ассортиментом</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Знает методы ценообразования при управлении категориями, методы управления поставщиками, методы анализа ассортимента, умеет анализировать эффективность торговой деятельности и управлять ассортиментом</p>

## Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

**Вид мероприятия промежуточной аттестации :** Экзамен

**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 47 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 47 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<b>Входной контроль</b>	Входной контроль <b>Входное тестирование</b>	Знать: Определение категорийного менеджмента; Показатели ассортимента.
<b>ПК.5.1</b> Планирует и организует выполнение типовых работ тактического управления производством	Тема 3. Методология категорийного менеджмента. Тактика управления ассортиментом <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	- знать методологии категорийного менеджмента, в которой отражены отличительные признаки категорийного менеджмента по сравнению с традиционными способами управления ассортиментом в торговле.
<b>ПК.3.2</b> Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции <b>ПК.5.1</b> Планирует и организует выполнение типовых работ тактического управления производством	Тема 6. Оперативное управление категорией <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	- владение навыками анализа ассортимента и вопросам изучения потребителей;- знание элементов категорийного менеджмента и способов управления ими.

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Мероприятие текущего контроля</b>	<b>Контролируемые элементы результатов обучения</b>
<p><b>ПК.3.2</b> Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции</p> <p><b>ПК.4.2</b> Определяет требования к закупаемым видам товаров, работ, услуг и/или нормативным затратам; организывает и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов; обеспечивает публичное размещение отчета об объеме закупок у субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций; составляет отчетную документацию</p> <p><b>ПК.5.1</b> Планирует и организует выполнение типовых работ тактического управления производством</p>	<p>Тема 7. Методы анализа ассортимента. Анализ эффективности торговой деятельности и управления ассортиментом.</p> <p><b>Письменное контрольное мероприятие</b></p>	<p>- знание особенностей управления поставщиками и отдельные моменты ведения переговоров с поставщиками;- владение основными понятиями в области категорийного менеджмента</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**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
------------------------------	--------------

81-100%	6
61-80%	5
41-60%	3
менее 41%	2

### **Тема 3. Методология категорийного менеджмента. Тактика управления ассортиментом**

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
61-70% правильных ответов	21
41-60% правильных ответов	18
Проходной балл	15
менее 41% правильных ответов	14

### **Тема 6. Оперативное управление категорией**

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
61-70% правильных ответов	21
41-60% правильных ответов	18
Проходной балл	15
менее 41% правильных ответов	14

### **Тема 7. Методы анализа ассортимента. Анализ эффективности торговой деятельности и управления ассортиментом.**

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

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

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

Проходной балл: **17**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
81-100% правильных ответов	40
61-70% правильных ответов	28
41-60% правильных ответов	24

Проходной балл	17
менее 41% правильных ответов	16