

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)



А.А. Панфилов

« 16 » декабря 2015 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

| | |
|-------------------------------------|--------------------------|
| Направление подготовки | 38.03.06 «Торговое дело» |
| Профиль/программа подготовки | «Коммерция» |
| Уровень высшего образования | Бакалавриат |
| Форма обучения | заочная 2014 |

| Семестр | Трудоемкость зач. ед, час | Лекции, час. | Практич. занятия, час. | Лаборат. работы, час. | СРС, час. | Форма промежуточного контроля (экз./зачет) |
|---------|------------------------------|-----------------|------------------------------|-----------------------------|-----------|---|
| 9 | 2 ЗЕ/72 | 4 | 4 | - | 64 | Зачет |
| Итого | 2 ЗЕ/72 | 4 | 4 | - | 64 | Зачет |

Владимир 2015

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения учебной дисциплины - ознакомление студентов с базовыми знаниями в области теории и практики ассортиментной политики фирмы для формирования навыков использования методов и технологий разработки и корректировки товарного ассортимента.

Задачи дисциплины:

- формирование понимания содержания и сущности мероприятий в области ассортиментной политики фирмы;
- приобретение практических навыков формирования ассортиментной политики фирмы, связанных со сбором, анализом и интерпретацией информации о состоянии и развитии рыночной ситуации, потребителях, конкурентоспособности товара, оценкой собственного положения фирмы на рынке;
- формирование понимания особенностей ассортиментной политики в условиях глобализации;
- формирование навыков управления ассортиментной политикой фирмы

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Ассортиментная политика торговой организации» относится к дисциплинам вариативной части (дисциплины по выбору) направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело». Данная дисциплина базируется на компетенциях, полученных при изучении дисциплин «Маркетинг», «Коммерческая деятельность», «Менеджмент». В то же время компетенции, полученные при освоении дисциплины «Ассортиментная политика торговой организации» необходимы для прохождения преддипломной практики и подготовки выпускной квалификационной работы.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

После изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

ПК-1 *«способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству»*

В результате изучения учебной дисциплины «Маркетинг торговой деятельности» обучающиеся должны:

Знать:

- основные понятия в области ассортиментной политики торговой организации;
- факторы внешней среды, влияющие на формирование ассортимента торговой организации;
- стратегии управления торговым ассортиментом (ПК-1);
- методики формирования ассортимента торгового предприятия (ПК-1);

Уметь:

- использовать современные инструменты анализа внешней среды торгового предприятия (ПК-1);

- формировать товарные группы в торговой организации (ПК-1);

Владеть:

- навыками разработки и реализации стратегий в области торгового ассортимента (ПК-1);

- навыками работы с марочными товарами (ПК-1);

- навыками формирования ассортимента с учетом изменения фактор внешней среды (ПК-1);

-навыками оперативной работы с существующим ассортиментом (ПК-1).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часа.

| № п/п | Раздел (тема) дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) | | | | | Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %) | Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам) | |
|--------------|---|---------|-----------------|--|----------------------|---------------------|--------------------|-----------|---|---|--------------|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | Контрольные работы | СРС | | | КП/КР |
| 1 | Основы ассортиментной политики компании | 9 | | | | | - | 14 | - | - | |
| 2 | Стратегическое управление ассортиментом | 9 | | 1 | 1 | | | 12 | | 1/50 | |
| 3 | Оперативное управление ассортиментом | 9 | | 1 | 1 | | - | 12 | - | 1/50 | |
| 4 | Управление существующим ассортиментом | 9 | | | | | | 14 | | - | |
| 5. | Формирование и обновление ассортимента | 9 | | 2 | 2 | | | 12 | | 2/50 | |
| ВСЕГО | | | | 4 | 4 | | | 64 | | 4/50 | Зачет |

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Лекционный курс

Тема 1. Основы ассортиментной политики компании

Ассортиментная политика как составляющая товарной политики. Место ассортиментной политики в комплексе маркетинга. Специфика ассортиментная политики. Промышленный ассортимент товаров. Понятие торгового ассортимента товаров. Ассортимент услуг. Классификация взаимосвязей товаров в ассортименте.

Тема 2. Стратегическое управление ассортиментом

Ассортимент как элемент управления компанией. Структура процесса управления ассортиментом. Оптимальность группировки ассортимента. Портфельный анализ. Матрица соответствия стратегическим целям Мак Кинзи. Матрица БКГ. Анализ прибыльности товарных групп. Разработка ассортиментной стратегии компании. Выбор поставщиков и клиентов. Ассортиментно-ценовые стратегии компаний. Разработка укрупненного ассортимента компании. Выбор

формата розничного предприятия. Классификация продовольственного и непродовольственного торгового ассортимента.

Тема 3. 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.

Тема 4. Управление существующим ассортиментом

Данные о продажах и анализ прибыльности ассортимента. Анализ структуры продаж. ABC-анализ. Построение кривой Лоренца и расчет коэффициента Джини. Анализ стабильности ассортимента. Показатели стабильности ассортимента. Расчет коэффициентов вариации и XYZ-анализ. Анализ сезонности товарооборота.

Тема 5. 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.

Практические занятия

Тема 1. Основы ассортиментной политики компании

Ситуационные задачи. Подготовка докладов.

Тема 2. Стратегическое управление ассортиментом

Ситуационные задачи. Подготовка докладов.

Тема 3. Оперативное управление ассортиментом

Ситуационные задачи. Подготовка докладов.

Тема 4. Управление существующим ассортиментом

Ситуационные задачи. Подготовка докладов.

Тема 5. Формирование и обновление ассортимента

Ситуационные задачи. Подготовка докладов.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

– опережающая самостоятельная работа – изучение студентами нового материала до его изложения преподавателем на лекции и других аудиторных занятиях;

– компьютерные информационные технологии – применение компьютеров для доступа к Интернет-ресурсам, использование обучающих программ с целью расширения информацион-

ного поля, повышения скорости обработки и передачи информации, обеспечения удобства преобразования и структурирования информации для трансформации её в компетенции;

– *проблемное обучение* – стимулирование студентов к самостоятельной «генерации» знаний, умений и навыков, необходимых для решения конкретной проблемы;

– *контекстное обучение* – мотивация студентов к усвоению знаний путем выявления связей между конкретным знанием и его применением;

– *обучение на основе опыта* – активизация познавательной деятельности студента за счет ассоциации его собственного опыта с предметом изучения.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Самостоятельная работа студента (вне аудитории)

Самостоятельная работа студентов призвана сформировать у него такие знания, умения и навыки, которые способствуют становлению научно подготовленного специалиста, квалифицированно и ответственно выполняющего на практике свои профессиональные обязанности.

В связи с этим, студент выполняет следующие виды самостоятельной работы:

1. *Подготовка к лекциям.* Студент должен иметь потенциальный запас знаний по теме будущей лекции. Для этого необходимо:

- ознакомиться с лекционным материалом, изложенным в учебниках, электронных источниках и т.п.;

- изучить категории и понятия, которые будут использованы в лекции;

- ознакомиться с дискуссионными проблемами будущей лекции;

- подготовить вопросы, требующие разъяснения или объяснения в ходе изложения лекции.

2. *Подготовка к практическим занятиям.* Практическое занятие – одна из широко применимых форм изучения учебного материала, заключающаяся в организованном обсуждении поставленных вопросов. На них обучающиеся углубляют, систематизируют и закрепляют знания, полученные на других видах занятий и в ходе самостоятельной работы. Подготовка к практическим занятиям предполагает:

- изучение материалов лекций, учебников, учебных пособий, первоисточников и материалов в электронных средствах информации;

- формирование умения выделять проблемные вопросы, отвечать по существу на поставленный вопрос, как в плане практического занятия, так и в индивидуальном задании студенту;

- формирование умения обобщать изучаемый материал, а также строить достаточно убедительные и аргументированные, обоснованные выводы;

- выработка навыков самостоятельного поиска научной информации, умения составлять библиографию или список литературы по теме, умения цитировать первоисточники по изучаемой проблеме, которые необходимы при составлении докладов, эссе, презентаций проектов и других видов сообщений.

3. *Самостоятельная работа при подготовке к различным формам промежуточного контроля знаний:*

- осмысление и систематизация знаний, полученных на лекциях, практических занятиях,

в ходе самостоятельной работы;

- знакомство с вопросами для самоконтроля и их уяснение;
- обращение к ранее изученным материалам по курсу;
- выделение непонятных вопросов и обращение за консультацией к преподавателю.

Изучение данной дисциплины предполагает выполнение следующих видов самостоятельной работы студентов:

- ознакомиться с лекционным материалом, изложенным в учебниках, электронных источниках и т.п.;
- выполнение тестовых заданий;
- самостоятельное решение задач;
- изучение основной и дополнительной литературы.

Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение

Тема 1. Основы ассортиментной политики компании

1. Место ассортиментной политики в комплексе маркетинга
2. Понятие и формы ассортимента товаров.
3. Специфика торгового ассортимента товаров
4. Различные подходы к классификации взаимосвязей товаров в ассортименте

Тема 2. Стратегическое управление ассортиментом

1. Место ассортимента в управлении компанией
2. Портфельный анализ: сущность и результативность
3. Различные форматы розничных предприятий
4. Прибыльность товарных групп как критерий формирования товарного ассортимента

Тема 3. Оперативное управление ассортиментом

1. Каковы особенности оперативно-тактического управления в области формирования ассортимента программы?
2. Дать характеристику ценовых инструментов оперативно-тактического управления ассортиментом.
3. Каков механизм рационализации существующего ассортимента?

Тема 4. Управление существующим ассортиментом

1. Какова специфика ABC-анализа?
2. Дайте характеристику показателей стабильности ассортимента
3. Назовите коэффициенты вариации и XYZ-анализа при управлении товарным ассортиментом

Тема 5. Формирование и обновление ассортимента

1. Что является основой для разработки новых продуктов?
2. Каковы основы координации планов производства и продаж товаров?
3. Каковы основы выбора поставщиков товаров?

Вопросы к зачету

1. Ассортиментная политика как составляющая товарной политики.
2. Место ассортиментной политики в комплексе маркетинга.
3. Специфика ассортиментной политики.
4. Понятие торгового ассортимента товаров.

5. Ассортимент услуг.
6. Классификация взаимосвязей товаров в ассортименте.
7. Ассортимент как элемент управления компанией.
8. Структура процесса управления ассортиментом.
9. Оптимальность группировки ассортимента.
10. Портфельный анализ.
11. Матрица соответствия стратегическим целям Мак Кинзи.
12. Матрица БКГ.
13. Анализ прибыльности товарных групп.
14. Разработка ассортиментной стратегии компании.
15. Выбор поставщиков и клиентов.
16. Ассортиментно - ценовые стратегии компаний.
17. Разработка укрупненного ассортимента компании.
18. Выбор формата розничного предприятия.
19. Классификация продовольственного и непродовольственного торгового ассортимента.
20. Формирование структуры ассортиментной программы.
21. Содержание оперативно- тактического управления в области формирования ассортиментной программы.
22. Оптимизация ассортиментной программы.
23. Показатели, используемые для характеристики структуры ассортиментной программы.
24. Использование ценовых инструментов в рамках оперативно-тактического управления ассортиментом.
25. Рационализация существующего ассортимента.
26. Анализ спроса. Статистические метода наблюдения за спросом.
27. Анализ выполнения договоров на поставку.
28. Анализ жизненного цикла товара.
29. Специальные методы наблюдения за спросом.
30. Опросы покупателей, клиентов и торговых посредников.
31. Анализ ассортимента конкурентов и оценка конкурентоспособности их продукции.
32. Анализ прибыльности продукции.
33. Данные о продажах и анализ прибыльности ассортимента.
34. Анализ структуры продаж. ABC-анализ.
35. Построение кривой Лоренца и расчет коэффициента Джини.
36. Анализ стабильности ассортимента. Показатели стабильности ассортимента.
37. Расчет коэффициентов вариации и XYZ-анализ.
38. Анализ сезонности товарооборота.
39. Инновации и разработка нового продукта.
40. Маркетинговые исследования при создании новой продукции.
41. Опросы и наблюдения за покупателями.
42. Анализ ассортимента конкурентов.
43. Выбор поставщиков.
44. Классификация новых товаров.

45. Этапы создания новых товаров.
46. Выбор поставщиков. Выбор производителей, товаров, брендов.

Темы рефератов

1. Факторы, определяющие формирование ассортиментной политики российскими компаниями.
2. Внешняя среда маркетинга и ее роль в ассортиментной политике фирмы.
3. Система сбора маркетинговой информации при формировании и корректировке ассортимента товаров фирмы.
4. Особенности проведения маркетинговых исследований при формировании товарного ассортимента
5. Информационные системы различных стран мира: проблемы и перспективы формирования ассортиментной политики фирмы.
6. Процесс сегментирования в ракурсе ассортиментной политики фирмы
7. Место ассортиментной политики в процессе позиционирования товара на рынке (на примере определенного предприятия, товара (группы товаров), видов услуг).
8. Влияние правовой среды на ассортиментную политику фирмы
9. Факторы политической среды и их влияние на ассортиментную политику фирмы.
10. Влияние социально-культурной среды на ассортиментную политику фирмы.
11. Механизм управления ассортиментом компании
12. Хозяйственный портфель как инструмент управления производственно-коммерческой деятельностью компании
13. Характеристика матриц БКГ, Ансоффа, М. Портера и их использование при разработке товарного ассортимента
14. Использование матрицы конкурентных преимуществ при разработке ассортиментной политики
15. Товарная политика компании
16. Товарные стратегии предприятия при выходе на зарубежный рынок.
17. Разработка ассортимента компании (на примере конкретного рынка, предприятия, товара или услуги).
18. Брендинг. Создание успешных брендов

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная:

1. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич; под ред. д.э.н., проф. Т. Н. Парамоновой. - М. : Дашков и К° -2012 studentlibrary.ru
2. Арзуманова Т. И. Экономика организации: Учебник для бакалавров / Т. И. Арзуманова, М. Ш. Мачабели. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2014. - 240 с.. studentlibrary.ru

3. Ляшко А. А. Товароведение, экспертиза и стандартизация: Учебник / А. А. Ляшко, А. П. Ходыкин, Н. И. Волошко, А. П. Снитко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: "Дашков и К", 2014 – 348с. studentlibrary.ru

б) дополнительная литература:

1. Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф. Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова. - 13-е изд., перераб. и доп.- М.: "Дашков и К", 2013 – 560с. studentlibrary.ru

2. Райкова Е. Ю. Теоретические основы товароведения и экспертизы: Учебник для бакалавров / Е. Ю. Райкова. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2013. - 412 с. studentlibrary.ru

3. Памбухчиянц О. В. Технология розничной торговли: Учебник / О. В. Памбухчиянц. - 9-е изд., перераб. и доп. - М.: "Дашков и К", - 2013. - 290с. studentlibrary.ru

в) периодические издания

9. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»

10. Журнал «Маркетинг услуг»

11. Журнал «Экономический анализ»

12. Журнал «Маркетинг менеджмент»

13. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»

14. Журнал «Эксперт»

г) Интернет-ресурсы

15. <http://www.advertology.ru>

16. <http://www.advi.ru>

17. <http://www.adme.ru>

18. <http://www.bestnet.ru>

19. <http://www.curs.ru>

20. <http://www.integrum.com>

21. <http://www.medialogia.ru>

22. <http://www.sekret-firmy.ru>

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Учебный процесс по дисциплине обеспечен всеми необходимыми материально-техническими ресурсами:

1. Лекционная аудитория, оснащенная мультимедиа-проектором

2. Аудитории для проведения практических (семинарских) занятий, отражающих научную и прикладную проблематику данного курса.

3. Полный комплект демонстрационных материалов, включая слайд-лекции, видеотренинги.

4. Библиотека ВлГУ.

Примечание: В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными физическими возможностями при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.03.06 «Торговое дело»

Рабочую программу составил

А.В. Гасперов

Рецензент

(представитель работодателя)

Заместитель управляющего ООО «ГИПЕРГЛОБУС»

по продажам Виноградова Е. В.



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерции и гостеприимства
Протокол № 69 от 14 мая 2015 г.

Заведующий кафедрой к.э.н., доцент Ярьс О.Б.

Ярьс

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 38.03.06 «Торговое дело»

протокол № 2 от 14 мая 2015 г.

Председатель комиссии Полоцкая О.П.

Полоцкая