

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

И. о. декана экономического факультета

д.э.н., профессор Кусакина О.Н.

« 24 » мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.03.01 Товарная политика

Шифр и наименование дисциплины по учебному плану

38.03.02 Менеджмент

Код и наименование направления подготовки/специальности

Маркетинг

Наименование профиля подготовки/специализации/магистерской программы

бакалавр

Квалификация выпускника

Очная, очно-заочная

Форма обучения

2022

год набора на ОП

Ставрополь, 2022

1. Цель дисциплины

Целью освоения дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 «Товарная политика» является формирование у студентов компетенций, направленных на умение формировать комплекс маркетинга организации.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции*	Код(ы) и наименование (-ия) индикатора(ов) достижения компетенций**	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-3 Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации	ПК-3.1 Формирует комплекс маркетинга организации	Знания: Формирования комплекса маркетинга организации (ПК-3.1)
		Умения: Формировать комплекс маркетинга организации (ПК-3.1)
		Навыки и/или трудовые действия: Формирования комплекса маркетинга организации (ПК-3.1)

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Товарная политика» *относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.*

Изучение дисциплины осуществляется:

- для студентов очной формы обучения – в 4 семестре;
- для студентов очно-заочной формы обучения – в 4 семестре.

Для освоения дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 «Товарная политика» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин бакалавриата «Маркетинг в АПК».

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 «Товарная политика» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин: «Стратегический маркетинг», «Маркетинг в социальных сетях», «Маркетинг в отраслях», «Экономика маркетинга», «Маркетинговая политика», «Международный маркетинг», «Ценообразование в маркетинге», «Управление конкурентоспособностью организации»,

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 «Товарная политика» в соответствии с рабочим учебным планом и ее распределение по видам работ представлены ниже.

Очная форма обучения

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
4	108/3	18	36	-	54	-	Зачет
<i>в т.ч. часов в интерактивной форме</i>		4	6	-	-	-	-
<i>практической подготовки</i>		18	36	-	54	-	-

Се- местр	Трудоем- кость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифферен- цированный зачет	Консульта- ции перед экзаменом	Экзамен
4	108/3	-	-	0,12	-	-	-

Очно-заочная форма обучения

Се- местр	Трудоем- кость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоя- тельная ра- бота, час	Контроль, час	Форма проме- жуточной атте- стации (форма контроля)
		лек- ции	практические занятия	лаборатор- ные занятия			
4	108/3	12	26	-	70	-	Зачет
<i>в т.ч. часов в интерак- тивной форме</i>		4	6	-	-	-	-
<i>практической подготовки</i>		12	26	-	70	-	-

Се- местр	Трудоем- кость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифферен- цированный зачет	Консульта- ции перед экзаменом	Экзамен
4	108/3	-	-	0,12	-	-	-

**5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отве-
денного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

Очная форма обучения

№ пп	Темы (и/или разделы) дисциплины	Количество часов					Формы текущего кон- троля успеваемости и промежуточной аттеста- ции	Оценочное средство проверки результатов достижения индикато- ров компетенций**	Код индикаторов достиже- ния компетенций
		Всего	Лекции	Семи- нарские занятия		Самостоятельная работа			
				Практические	Лабораторные				
1	Теоретические основы товар- ной политики предприятия	8	2	2		4	Устный опрос	Устный опрос	ПК-3.1
2	Классификация и коммерче- ские характеристики товаров	10	2	4		4	Устный опрос	Устный опрос	ПК-3.1
3	Российское законодательство в области товаров	12	2	4		6	Устный опрос	Устный опрос	ПК-3.1
	Контрольная точка № 1	4		2		2	Письмен- ная кон- трольная работа	Письмен- ная кон- трольная работа	ПК-3.1
4	Понятия и основные условия формирования товарной поли- тики	12	2	4		6	Устный опрос, ре- шение си- туацион- ных задач	Устный опрос, ре- шение си- туацион- ных задач	ПК-3.1

№ пп	Темы (и/или разделы) дисциплины	Количество часов					Формы текущего кон- троля успеваемости и промежуточной аттеста- ции	Оценочное средство проверки результатов достижения индикато- ров компетенций**	Код индикаторов достиже- ния компетенций
		Всего	Лекции	Семи- нарские занятия		Самостоятельная работа			
				Практические	Лабораторные				
5	Управление жизненным цик- лом товара	12	2	4		6	Устный опрос, тесты, ре- шение практико- ориенти- рованных задач	Устный опрос, тесты, ре- шение практико- ориенти- рованных задач	ПК-3.1
6	Оценка конкурентоспособно- сти товара	12	2	4		6	Устный опрос, ре- шение практико- ориенти- рованных за- дач	Устный опрос, ре- шение практико- ориенти- рованных за- дач	ПК-3.1
	Контрольная точка № 2	4		2		2	Письмен- ная кон- трольная работа	Письмен- ная кон- трольная работа	ПК-3.1
7	Товарная политика и стратегия торгового предприятия	12	2	4		6	Устный опрос, реферат	Устный опрос, реферат	ПК-3.1
8	Совершенствование товарной политики	10	2	2		6	Устный опрос, реферат	Устный опрос, реферат	ПК-3.1
9	Международная товарная по- литика	8	2	2		4	Устный опрос, решение ситуацион- ных задач	Устный опрос, решение ситуацион- ных задач	ПК-3.1
	Контрольная точка № 3	4		2		2	Письмен- ная кон- трольная работа	Письмен- ная кон- трольная работа	ПК-3.1
	Практическая подготовка	108	18	36	-	54	Решение практико- ориенти- рованных задач	Решение практико- ориенти- рованных задач	ПК-3.1
	Промежуточная аттестация	-					Зачет	Зачет	ПК-3.1
	Итого	108	18	36	-	54			

Очно-заочная форма обучения

№ пп	Темы (и/или разделы) дисциплины	Количество часов					Формы текущего кон- троля успеваемости и промежуточной аттеста- ции	Оценочное средство проверки результатов достижения индикато- ров компетенций**	Код индикаторов достиже- ния компетенций
		Всего	Лекции	Семи- нарские занятия		Самостоятельная работа			
				Практические	Лабораторные				
1	Теоретические основы товар- ной политики предприятия	9	1	2		6	Устный опрос	Устный опрос	ПК-3.1
2	Классификация и коммерче- ские характеристики товаров	9	1	2		6	Устный опрос	Устный опрос	ПК-3.1
3	Российское законодательство в области товаров	9	1	2		6	Устный опрос	Устный опрос	ПК-3.1
	Контрольная точка № 1	8		2		6	Письмен- ная кон- трольная работа	Письмен- ная кон- трольная работа	ПК-3.1
4	Понятия и основные условия формирования товарной поли- тики	10	2	4		4	Устный опрос, ре- шение си- туацион- ных задач	Устный опрос, ре- шение си- туацион- ных задач	ПК-3.1
5	Управление жизненным цик- лом товара	10	2	2		6	Устный опрос, тесты, ре- шение практико- ориенти- рованных задач	Устный опрос, тесты, ре- шение практико- ориенти- рованных задач	ПК-3.1
6	Оценка конкурентоспособно- сти товара	10	2	2		6	Устный опрос, ре- шение практико- ориенти- рованных за- дач	Устный опрос, ре- шение практико- ориенти- рованных за- дач	ПК-3.1
	Контрольная точка № 2	8		2		6	Письмен- ная кон- трольная работа	Письмен- ная кон- трольная работа	ПК-3.1
7	Товарная политика и стратегия торгового предприятия	9	1	2		6	Устный опрос, реферат	Устный опрос, реферат	ПК-3.1
8	Совершенствование товарной политики	9	1	2		6	Устный опрос, реферат	Устный опрос, реферат	ПК-3.1

№ пп	Темы (и/или разделы) дисциплины	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций**	Код индикаторов достижения компетенций
		Всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
				Практические	Лабораторные				
9	Международная товарная политика	9	1	2		6	Устный опрос, решение ситуационных задач	Устный опрос, решение ситуационных задач	ПК-3.1
	Контрольная точка № 3	8		2		6	Письменная контрольная работа	Письменная контрольная работа	ПК-3.1
	Практическая подготовка	108	12	26	-	70	Решение ситуационных задач	Решение ситуационных задач	ПК-3.1
	Промежуточная аттестация	-					Зачет	Зачет	ПК-3.1
	Итого	108	12	26	-	70			

5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий*

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятий)/ (практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка		
		очная форма	заочная форма	очно-заочная форма
Теоретические основы товарной политики предприятия (лекция – дискуссия)/ (практическая подготовка)	Товарная политика: цели, задачи, виды. Потребительские свойства товара, модели представления характеристик товара.	2/2/2		1/1/1
Классификация и коммерческие характеристики товаров (практическая подготовка)	Классификация товаров (товары производственного назначения, потребительские товары). Услуги как вид товара. Многоуровневая модель товара Ф. Котлера. Многоуровневая модель товара В. Благоева.	2/-/2		1/1/1
Российское законодательство в области товаров (практическая подготовка)	Законодательство РФ в области товаров. Обзор законодательства РФ в области товаров: Закон РФ «О защите прав потребителей»; Закон РФ «О сертификации продукции и услуг»; Закон РФ «О стандартизации».	2/-/2		2/1/2

Понятия и основные условия формирования товарной политики <i>(практическая подготовка)</i>	Исследование товарной политики. Составляющие товарной политики. Формирование товарного ассортимента и управление им. Разработка и освоение рынка новыми товарами.	2/-/2		1/-/1
Управление жизненным циклом товара <i>(практическая подготовка)</i>	Понятие жизненного цикла товара. Модель ЖЦТ Теодора Левитта. Особенности жизненного цикла услуги как товара особого рода. Управление жизненным циклом товара. Проведение эффективной товарной политики. Создание инновационных товаров. Подходы к определению новизны товара.	2/-/2		1/-/1
Оценка конкурентоспособности товара <i>(практическая подготовка)</i>	Понятие конкурентоспособности товара. Управление качеством продукции. Марка и марочная политика. Значение упаковки. Конкурентоспособность и качество, их место в стратегии маркетинга. Методические подходы к оценке конкурентоспособности продукции.	2/-/2		2/-/2
Товарная политика и стратегия торгового предприятия <i>(практическая подготовка)</i>	Товарные стратегии. Стратегические матрицы в процессе разработки товарной политики. Разработка товарной стратегии компании. Матрица Ансоффа.	2/2/2		2/1/2
Совершенствование товарной политики <i>(лекция – дискуссия)/ (практическая подготовка)</i>	Разработка нового товара. Сервис в системе товарной политики торгового предприятия.	2/-/2		1/-/1
Международная товарная политика <i>(практическая подготовка)</i>	Понятие экспортного товара. Международные аспекты товарной политики. Товарные стратегии за рубежом. Международные товарные стратегии.	2/-/2		1/-/1
Итого		18/4/18		12/4/12

5.2. Семинарские (практические, лабораторные) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме*

Наименование раздела дисциплины	Формы проведения и темы занятий <i>(вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)</i>	Всего часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка					
		очная форма		заочная форма		очно-заочная форма	
		прак	лаб	прак	лаб	прак	лаб
Теоретические основы товарной политики предприятия	Потребительские свойства товара <i>(дискуссия) / практическая подготовка</i>	2/1/2				2/1/1	

Классификация и коммерческие характеристики товаров	Классификация товаров <i>(практическая подготовка)</i>	4/1/4				3/-/3	
Российское законодательство в области товаров	Обзор законодательства РФ в области товаров <i>(практическая подготовка)</i>	4/-/4				3/-/3	
	<u>Контрольная работа №1</u>	2/-/2				2/-/2	
Понятия и основные условия формирования товарной политики	Формирование товарной политики предприятия <i>(практическая подготовка)</i>	4/-/4				2/-/2	
Управление жизненным циклом товара	Управление жизненным циклом товара <i>(разбор конкретных ситуаций)/(практическая подготовка)</i>	4/-/4				2/1/2	
Оценка конкурентоспособности товара	Методические подходы к оценке конкурентоспособности продукции <i>(разбор конкретных ситуаций) / (практическая подготовка)</i>	4/-/4				2/1/2	
	<u>Контрольная работа №2</u>	2/-/2				2/-/2	
Товарная политика и стратегия торгового предприятия	Разработка товарной стратегии компании. <i>(разбор конкретных ситуаций)/ (практическая подготовка)</i>	4/1/4				2/1/2	
Совершенствование товарной политики	Разработка нового товара <i>(разбор конкретных ситуаций)/ (практическая подготовка)</i>	2/1/2				2/1/2	
Международная товарная политика	Международные товарные стратегии. <i>(разбор конкретных стратегий)/ (практическая подготовка)</i>	2/1/2				2/1/2	

	Контрольная работа №3	2/-/2				2/-/2	
Итого		36/6/36				26/6/26	

*Интерактивные формы проведения занятий, предусмотренные рабочей программой дисциплины, проводятся в соответствии с Положением об интерактивных формах обучения в ФГБОУ ВО Ставропольский ГАУ.

5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен.

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Виды самостоятельной работы	Очная форма, часов		Заочная форма, часов		Очно-заочная форма, часов	
	к текущему контролю	к промежуточной аттестации	к текущему контролю	к промежуточной аттестации	к текущему контролю	к промежуточной аттестации
Изучение учебной литературы, ответы на вопросы и тестовые задания самоконтроля, самостоятельное решение задач	40	-			56	-
Подготовка эссе, реферата, презентации к докладу, статьи и т.п.	14	-			14	-
ИТОГО	54	-			70	-

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Товарная политика» размещено в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступно для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета. Учебно-методическое обеспечение включает:

1. Рабочую программу дисциплины «Товарная политика».
2. Методические рекомендации по освоению дисциплины «Товарная политика».
3. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Товарная политика».

Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
		основная (из п.8 РПД)	дополнительная (из п.8 РПД)	интернет-ресурсы (из п.9 РПД)
1	Теоретические основы товарной политики предприятия	2, 3	2, 3	1
2	Классификация и коммерческие характеристики товаров	2,4	1, 3	3
3	Российское законодательство в области товаров	3	1, 2	1
4	Понятия и основные условия формирования товарной политики	2	3	1
5	Управление жизненным циклом товара	1,4	2	2
6	Оценка конкурентоспособно-	4	1, 2	1, 3

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	Семестры									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	А
	Ассортиментная политика										
	Производственная практика										
	Преддипломная практика										
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена										
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы										

7.2. Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Товарная политика» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Товарная политика» проводится в виде *зачета*.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО» для зачета).

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения

Для студентов **очной формы обучения** знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций***	Максимальное количество баллов
1.	Контрольная точка №1 по темам 1-3	20
	<i>теоретические вопросы</i>	15
	<i>задача</i>	5
2.	Контрольная точка №2 по темам 4-6	20
	<i>теоретические вопросы</i>	15
	<i>задача</i>	5
3.	Контрольная точка №3 по темам 7-9	20
	<i>теоретические вопросы</i>	15
	<i>задача</i>	5
Сумма баллов по итогам текущего контроля		60
Активность на лекционных занятиях		10
Результативность работы на практических		15

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций***	Максимальное количество баллов
	Поощрительные баллы (написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях и т.д.)	15
	Итого	100

*** Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций – совпадает с теми, что даны в п. 5.1.

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очно-заочной формы обучения

Для студентов очно-заочной формы обучения знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки. В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций***	Максимальное количество баллов
1.	Контрольная точка №1 по темам 1-3	20
	<i>теоретический вопрос</i>	6
	<i>тест</i>	6
	<i>задача</i>	8
2.	Контрольная точка №2 по темам 4-6	20
	<i>теоретический вопрос</i>	6
	<i>тест</i>	6
	<i>задача</i>	8
3.	Контрольная точка №3 по темам 7-9	20
	<i>теоретический вопрос</i>	6
	<i>тест</i>	6
	<i>задача</i>	8
Сумма баллов по итогам текущего контроля		60
Активность на лекционных занятиях		10
Результативность работы на практических		15
Поощрительные баллы (написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях и т.д.)		15
Итого		100

*** Оценочное средство результатов достижения компетенций – совпадает с теми, что даны в п. 5.1.

Критерии оценивания контрольной точки

Задание (количество)	Количество баллов
Теоретический вопрос	до 6
Тест	до 6
Задача	до 8
Итого	max 20

Критерии оценивания контрольной точки при сдаче трех контрольных точек в семестре

Теоретический вопрос

6 балла - выставляется, когда студентом дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений; ответ изложен литературным языком с использованием современной экономической терминологии.

4 балла - выставляется, когда студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, в основном раскрыт обсуждаемый вопрос; в ответе прослеживается логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий и явлений; ответ изложен литературным языком с использованием экономической терминологии, но могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

2 балла - выставляется, когда студентом дан не полный ответ на поставленный вопрос, слабо раскрыты основные положения вопросов; в ответе нарушается структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий; в процессе ответа используется экономическая терминология, но студентом допускаются недочеты в определении понятий и не исправляются самостоятельно в процессе ответа.

1 балл - дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Тестовые задания

6 баллов - выставляется студенту, если в тесте 100% правильных ответов;

5 баллов - при 80% правильных ответов;

4 баллов - 60% правильных ответов;

3 балла - 50% правильных ответов;

2 балла - 40% правильных ответов;

1 балл - 30% правильных ответов;

0 баллов - менее 30% правильных ответов.

Практико-ориентированная задача

8 баллов Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задача решена рациональным способом. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

6 баллов Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.

4 балла Задача решена с задержкой. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ

3 балла Задача решена с задержкой. Задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задача решена не полностью или в общем виде.

2 балла Задача решена частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

1 балл Задача решена неправильно и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов

0 баллов Задача не решена.

Знания по осваиваемым компетенциям формируются **на лекционных занятиях** при условии активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

Критерии оценки

10 баллов – студент посетил все лекции, активно работал на них в полном соответствии с требованиями преподавателя

-1 балл – за каждый пропуск лекций или замечание преподавателя по поводу отсутствия активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

Результативность работы на практических занятиях оценивается преподавателем по результатам собеседований, текущего тестирования, активности участия в занятиях, проводимых в интерактивной форме, и качеству выполнения практико-ориентированных заданий в рабочей тетради по дисциплине. Максимальное количество баллов, которое можно набрать за результативность работы на практических занятиях – **15 баллов**:

1 балл – за каждый устный ответ на практическом или лабораторном занятии в ходе собеседования, оцененный на «хорошо» и «отлично»; 0,5 балла – за каждый устный ответ на практическом занятии, оцененный на «удовлетворительно» (**максимум – 2 балла**);

1 балл – за оцененное на «отлично» или «хорошо» (75-100% правильных ответов) выполнение текущего тестового задания по каждой из тем; 0,5 балла - за оцененное на «удовлетворительно» (50-75% правильных ответов); **0 баллов** - за оцененное на «неудовлетворительно» (менее 50% правильных ответов) (**максимум – 4 балла**);

1 балл – за активное участие в практических занятиях, проводимых в интерактивной форме (**максимум – 8 баллов**).

0,1 балла – за оцененное на «отлично» выполнение заданий рабочей тетради (решение практико-ориентированных задач) по каждой из тем (**максимум – 1 балл**).

Поощрительные баллы начисляются за написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях – **максимум 15 баллов**. (Темы для написания статей обговариваются с преподавателем).

Критерии и шкалы оценивания ответа на зачете

По дисциплине «Товарная политика» к зачету допускаются студенты, выполнившие и сдавшие практические работы по дисциплине, имеющие ежемесячную аттестацию и наличие по текущей успеваемости более 45 баллов. Студентам, набравшим более 55 баллов, зачет выставляется по результатам текущей успеваемости, студенты, набравшие от 45 до 54 баллов, сдают зачет по вопросам, предусмотренным РПД.

Сдача зачета может добавить к балльно-рейтинговой оценке студентов не более 10 баллов. Итоговая успеваемость на зачете не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

Вопрос билета	Количество баллов
Вопрос 1	до 5
Вопрос 2	до 5

Теоретический вопрос

5 баллов выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курсов соответствии с учебной программой, включая вопросы рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеющему основными понятиями дисциплины. Требуется полное понимание и четкость изложения ответов по заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к мате-

риалу дисциплины или курса, не отраженному в основном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

4 балла заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы задания и показавший знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

3 балла дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

2 балла дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

1 балл дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Товарная политика»

Контрольная точка № 1 (темы 1-3)

Типовые вопросы:

Товарная политика: цели, задачи, виды (6 баллов)

Потребительские свойства товара, модели представления характеристик товара (6 баллов)

Классификация товаров (6 баллов)

Исследование товарной политики (6 баллов)

Примерные тестовые задания

1. Товар – это:

- а) все то, что способно удовлетворить потребности потребителей;
- б) все, что предназначено для удовлетворения определенной потребности и предлагаемое на рынке для продажи;
- в) материальные объекты, услуги, которые характеризуются совокупностью свойств, способных удовлетворить желания потенциальных покупателей;
- г) все утверждения верны.

2. Торговая марка – это:

- а) количество однородных групп товаров;
- б) наименование одного товара, определенное предприятием-изготовителем;
- в) фирменное наименование одного или нескольких товаров, определенное предприятием-изготовителем;
- г) фирменное наименование одного или двух товаров, определенное предприятием-изготовителем.

3. Известность и престижность торговой марки называют:

- а) брендом;

- б) лучшим товаром;
- в) базовым товаром;
- г) оригинальным товаром.

4. Что называют жизненным циклом товара?

- а) срок годности товара;
- б) время существования товара на рынке;
- в) время службы товара до первого ремонта;
- г) время, прошедшее от создания товара до его утилизации.

5. Товарные знаки – это:

- а) условные обозначения, предназначенные для идентификации товара;
- б) сведения о товаре, предназначенные для создания потребительских предпочтений;
- в) сведения об основополагающих характеристиках товара;
- г) обозначения, способные отличить товары одних юридических лиц от однородных товаров других юридических и физических лиц.

6. Что такое «глубина» товарной номенклатуры?

- а) это общее число составляющих отдельных товаров фирмы;
- б) это общая численность ассортиментных групп;
- в) это варианты предложения каждого отдельного товара в рамках ассортиментной группы;
- г) нет правильного ответа.

7. Виды новых товаров:

- а) усовершенствованные товары или товары нового поколения;
- б) товары в новой упаковке;
- в) товары в новом объеме;
- г) абсолютные новинки от бренда;
- д) нет правильного ответа;
- е) все ответы верны.

8. По номенклатуре предлагаемых на рынок товаров ассортимент разделяют на:

- а) основной и дополнительный;
- б) единичный и массовый;
- в) горизонтальный и вертикальный.

9. Формой конкурентной борьбы и выражается в производстве большого числа модификаций одной и той же продукции, позволяющей расширить сбыт и укрепить позиции предпринимателя на рынке – это _____

10. Вида товарной политики:

- а) линейная;
- б) концентрическая,
- в) функциональная;
- г) горизонтальная;
- д) дивизионная;
- е) конгломератная.

Примерные практико-ориентированные задания (задачи)

Задача 1. В ассортименте магазина в наличии имеется 35 наименований товаров, в т.ч. 6 видов товара однородной группы. 14 видов обладают способностью постоянно удовлетворять устойчивый спрос покупателей. В течение месяца в ассортименте магазина появилось 7 видов новых товаров. Рассчитать коэффициент рациональности и коэффициент новизны ассортимента, если $Шб=100$; $Пб=20$; $Квш=0,3$; $Квп=0,2$; $Кву=0,2$; $Квн=0,3$.

Задача 2. В новом универсальном магазине необходимо сформировать рациональный ассортимент непродовольственных товаров с $K_p=16\%$. Базовая широта по каталогу составляет 1000, фактически на момент открытия было заведено 700 наименований товара. $K_u=60\%$; $K_n=15\%$ (определен по нормативным документам). Рассчитать коэффициент полноты и показатель устойчивости ассортимента ($K_{вп}=0,4$; $K_{вп}=0,2$; $K_{ву}=0,3$; $K_{вн}=0,1$).

Задача 3. Из 55 наименований товаров в магазин поступило 10 новых видов. Рассчитать коэффициент новизны, коэффициенты широты и устойчивости ассортимента, если максимально возможное количество наименований товаров у данного вида магазина принято 120, а постоянным спросом пользуется 27 наименований продуктов.

Задача 4. В отделе канцелярских товаров магазина в ассортименте имеется 20 наименований шариковых ручек по средней цене 59 рублей, 35 наименований карандашей по средней цене 39,5 рубля; 3 вида стирательных резинок по цене 21 рубль и 5 видов линеек по средней цене 30,5 рублей. Определить структуру ассортимента товаров в натуральном и денежном выражении.

Задача 5. В кондитерском магазине в ассортименте товаров имеется 20 наименований шоколадных конфет по средней цене 59 рублей, 35 наименований карамели по средней цене 39,5 рубля; 3 вида мармелада по цене 41 рубль и 5 видов драже по средней цене 30 рублей. Определить структуру ассортимента конфет в натуральном и денежном выражении.

Контрольная точка № 2 (темы 4-6)

Типовые вопросы:

- Управление жизненным циклом товара (6 баллов)
- Проведение эффективной товарной политики (6 баллов)
- Создание инновационных товаров. Подходы к определению новизны товара (6 баллов)
- Понятие конкурентоспособности товара (6 баллов)

Примерные тестовые задания

1. К типам вертикальной интеграции относятся:

- а) прямая интеграция;
- б) конгломератная интеграция;
- в) интеграция латеральная;
- г) квази-интеграция.

2. Квази-интеграция предполагает, что предприятие:

- а) производит часть продукции самостоятельно, а часть закупает у других предприятий;
- б) присоединяет функции, которые ранее выполняли поставщики;
- в) входит в состав альянсов, которые заинтересованы в интеграции без перехода прав собственности;
- г) присоединяет функции, которые ранее выполнять дистрибьюторы.

3. Если предприятие, которое специализируется на изготовлении напитков, начинает изготавливать тару для напитков, то им осуществляется:

- а) горизонтальная интеграция;
- б) вертикальная интеграция;
- в) продольная диверсификация;
- г) связана вертикальная диверсификация.

4. К формам вертикальной интеграции относятся:

- а) полная интеграция производственной деятельности;
- б) частичная интеграция;
- в) обратная интеграция;
- г) квази-интеграция.

5. Горизонтальная интеграция предполагает ...

- а) проникновение предприятий в отрасли, не имеющие прямой или функциональной зависимости от основной их деятельности;
- б) процесс приобретения или включения в структуру предприятия новых производств, которые технологически входят в процесс производства;
- в) выпуск предприятием новых товаров, технологически связанные с существующими, но предназначены для существующих потребителей предприятия;
- г) принятия предприятием решения о вхождении области, которые не имеют ничего общего с его основной деятельностью, а потому нет никакой взаимосвязи между традиционной и новой продукцией.

6. Латеральная (продольная) диверсификация - это:

- а) проникновение предприятий в отрасли, не имеющие прямой или функциональной зависимости от основной их деятельности;
- б) принятия предприятием решения о вхождении области, которые не имеют ничего общего с его основной деятельностью, а потому нет никакой взаимосвязи между традиционной и новой продукцией;
- в) выпуск предприятием новых товаров, технологически связанные с существующими, но предназначены для существующих потребителей предприятия;
- г) процесс приобретения или включения в структуру предприятия новых производств, которые технологически входят в процесс производства.

7. Если туристическое агентство вступает в гостиничный бизнес, то им осуществляется:

- а) связана вертикальная диверсификация;
- б) концентрическая диверсификация;
- в) квази-интеграция;
- г) латеральная диверсификация.

8. На этапе внедрения товара на рынок фирма может применять такие маркетинговые стратегии:

- а) вертикальной интеграции;
- б) интенсивного маркетинга;
- в) полной диверсификации;
- г) пассивного маркетинга.

9. Стратегия интенсивного маркетинга предполагает:

- а) низкие цены на новый товар сочетаются с большими затратами на стимулирование сбыта;
- б) высокие цены и низкий уровень сбытовых расходов; в) высокие цены и большие затраты на стимулирование сбыта;
- г) рациональное соотношение низких цен на товар и незначительных расходов на стимулирование сбыта.

10. Одним из условий применения стратегии интенсивного маркетинга являются:

- а) большая часть потенциальных покупателей знает о новом товаре;
- б) емкость рынка ограничена;
- в) компания учитывает возможность конкуренции и стремится выработать у потребителей хорошее впечатление о своем товаре;
- г) большинство покупателей не сможет заплатить высокую цену за товар.

Примерные практико-ориентированные задания (задачи)

Задача 1. Реализатор закупил оптом 500 пар женской обуви по цене 1500 руб. за пару. Часть обуви продал по 2000 руб. за пару. С ухудшением реализации в конце зимнего сезона он уменьшил цену товара на 20% и реализовал последние 200 пар женской обуви. Издержки производства по закупке товара и его реализация составили 20000 руб. Определить:

- оптовую стоимость товара;
- новую цену продажи остатка товара;
- объем выручки от реализации всей партии товара (в руб.);
- прибыль от реализации всей партии товара.

Задача 2. На момент заключения контракта между поставщиком и покупателем в начале года цена единицы закупаемого товара была 300 тыс. руб. Известно, что 50% в цене товара составляла стоимость материалов, используемых в производстве, 20% — заработная плата, 20% — транспортные расходы, 10% — прочие элементы цены. По истечении квартала стоимость материалов, потребляемых в производстве, увеличилась на 9%, заработная плата возросла на 11%, а транспортные расходы за счет роста тарифов — на 15%. Рассчитайте цену товара (скользящую цену) на момент его поставки, которая состоится через три месяца после заключения контракта (т.е. в конце I квартала).

Задача 3. План производства продукции А на следующий год - 300 тыс. т, остатки на начало года составили 14 тыс. т. Планируемый остаток на конец года - 16,5 тыс. т. Маркетинговый бюджет составляет в планируемом году 30% объема продаж. Определите: 1) величину планируемого объема продаж в стоимостном выражении при условии, что отпускная цена за тонну — 4200 руб.; 2) маркетинговый бюджет планового периода.

Контрольная точка № 3 (темы 7-9)

Типовые вопросы:

1. Товарные стратегии (6 баллов)
2. Стратегические матрицы в процессе разработки товарной политики (6 баллов)
3. Разработка товарной стратегии компании (6 баллов)
4. Сервис в системе товарной политики торгового предприятия (6 баллов)

Примерные тестовые задания

1. Основополагающая товарная информация несет сведения (выберите ответ):

- А) дополняющие основную информацию;
- Б) предназначенные для потребительских предпочтений;
- В) передаваемые с помощью информационных знаков;
- Г) имеющие решающее значение для идентификации.

2. Коммерческая товарная информация предназначена для (выберите ответ):

- А) экспертов, изготовителей, поставщиков;
- Б) изготовителей, продавцов, отдельных групп населения;
- В) изготовителей, поставщиков, продавцов;
- Г) изготовителей, продавцов, консультантов.

3. Потребительская товарная информация предназначена для (выберите ответ):

- А) создания потребительских предпочтений и нацелена на потребителей;
- Б) изготовителей, продавцов, поставщиков;
- В) идентификации товара;
- Г) эмоционального восприятия товара.

4. Маркировка товаров должна быть (выберите ответ):

- А) однозначно понимаемой, достоверной, легко читаемой;
- Б) однозначно понимаемой, полной, достоверной, четкой, легко читаемой;
- В) однозначно понимаемой, полной. Четкой, легко читаемой;
- Г) однозначно полной, достоверной, легко читаемой.

5. Основные функции маркировки (выберите ответ):

- А) информационная, идентифицирующая, мотивационная, наглядная;
- Б) информационная, идентифицирующая, мотивационная, эмоциональная;
- В) информационная, идентифицирующая, эмоциональная, изобразительная;
- Г) информационная, мотивационная, эмоциональная, символическая.

6. Носителями производственной маркировки являются (выберите ответ):

- А) этикетки, кольеретки, вкладыши, ярлыки, бирки, контрольные ленты, клейма, штампы;
- Б) этикетки, кольеретки, вкладыши, ярлыки, бирки, контрольные ленты, клейма, знаки;
- В) этикетки, кольеретки, вкладыши, ярлыки, бирки, контрольные ленты, рисунки, штампы;

Г) этикетки, кольеретки, вкладыши, ярлыки, бирки, клейма, штампы.

7. Информационные знаки – это условные обозначения, которые передают информацию (выберите ответ):

- А) о наиболее привлекательных свойствах товаров;
- Б) качестве товара;
- В) отличительных свойствах товара;
- Г) различных характеристиках товара и способах обращения с ним.

8. К информационным знакам относят (выберите ответ):

- А) товарные знаки соответствия, компонентные, манипуляционные, экологические, эксплуатационные, коммерческие;
- Б) товарные знаки соответствия, компонентные, манипуляционные, экологические, эксплуатационные, предупредительные, штриховой код;
- В) товарные знаки соответствия, компонентные, манипуляционные, экологические, предупредительные, штриховой код;
- Г) товарные знаки соответствия, компонентные, манипуляционные, экологические, эксплуатационные, штриховой код.

9. Информацию о способах обращения с товарами несут знаки (выберите ответ):

- А) манипуляционные;
- Б) эксплуатационные;
- В) предупредительные;
- Г) экологические.

10. При маркировке грузов на транспортную тару наносят манипуляционный знак (выберите ответ):

- А) «скоропортящийся груз»;
- Б) «ядовито»;
- В) «легко воспламеняется»;
- Г) «открывать здесь».

Примерные практико-ориентированные задания (задачи)

Задача 1. Реализатор закупил оптом 500 пар женской обуви по цене 1500 руб. за пару. Часть обуви продал по 2000 руб. за пару. С ухудшением реализации в конце зимнего сезона он уменьшил цену товара на 20% и реализовал последние 200 пар женской обуви. Издержки производства по закупке товара и его реализация составили 20000 руб.

Определить:

- оптовую стоимость товара;
- новую цену продажи остатка товара;
- объем выручки от реализации всей партии товара (в руб.);
- прибыль от реализации всей партии товара.

Задача 2. Фирма «Заря» выпускает на рынок изделия А. Производственные мощности и возможности фирмы позволяют ей изготавливать указанные изделия в количестве 800 тыс. шт. в год. В то же время такую самую продукцию выпускают еще три предприятия – конкуренты фирмы. В текущем году фирма «Вымпел», изготовив 800 тыс. шт. изделий А, не смогла реализовать 100 тыс. шт., которые находятся на складе готовой продукции этой фирмы. Определить:

- наиболее эффективную для данных условий рынка производственную программу изделия А с учетом спроса покупателей;
- потребность в материале на изготовление изделия А в следующем (плановом) году, если известно, что на изготовление данного изделия требуются материалы М1, М2, М3, а установленная технология фирмы «Вымпел» предусматривает нормы расхода этих материалов на изделие в количестве, соответственно, 20 кг/шт., 25 кг/шт., 15 кг/шт.

Задача 3. Правительство принимает решение о введении тарифа на импорт товара в размере 0,06 ден. ед. за 1 кг товара. Мировая цена на товар равна 0,3 долл. за кг. Объем внутреннего производства продукта при свободной торговле составляет 18 млрд кг в год, а при наличии тарифа на импорт 24 млрд кг в год. Объем внутреннего потребления продукта при свободной торговле составляет 66 млрд кг в год, а при тарифе на импорт – 60 млрд кг в год.

Определите:

- 1) потери потребителей данной страны от введения тарифа на импорт товара;
- 2) выигрыш отечественных производителей от этой меры.

Примерная тематика рефератов:

1. Многоуровневая модель товара Ф. Котлера.
2. Многоуровневая модель товара В. Благоева.
3. Модель ЖЦТ Теодора Левитта.
4. Марка и марочная политика. Значение упаковки.
5. Матрица Ансоффа.
6. Разработка нового товара.
7. Товарные стратегии за рубежом.

Вопросы к зачету:

1. Товарная политика: цели, задачи, виды.
2. Потребительские свойства товара, модели представления характеристик товара.
3. Классификация товаров (товары производственного назначения, потребительские товары).
4. Услуги как вид товара.
5. Законодательство РФ в области товаров. Обзор законодательства РФ в области товаров: Закон РФ «О защите прав потребителей»; Закон РФ «О сертификации продукции и услуг»; Закон РФ «О стандартизации».
6. Исследование товарной политики.
7. Составляющие товарной политики. Формирование товарного ассортимента и управление им.
8. Разработка и освоение рынка новыми товарами.
9. Понятие жизненного цикла товара.
10. Особенности жизненного цикла услуги как товара особого рода.
11. Управление жизненным циклом товара.
12. Проведение эффективной товарной политики.
13. Создание инновационных товаров. Подходы к определению новизны товара.
14. Понятие конкурентоспособности товара.
15. Управление качеством продукции.
16. . Конкурентоспособность и качество, их место в стратегии маркетинга.
17. Методические подходы к оценке конкурентоспособности продукции.
18. Товарные стратегии.
19. Стратегические матрицы в процессе разработки товарной политики.
20. Разработка товарной стратегии компании.
21. Сервис в системе товарной политики торгового предприятия.
22. Понятие экспортного товара.
23. Международные аспекты товарной политики.
24. Международные товарные стратегии.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная:

1. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник ; ВО - Бакалавриат / Цахаев Р. К., Муртузалиева Т. В. - 6-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 552 с. - Рекомендовано уполномоченным учреждением Министерства образования и науки РФ — Государственным университетом управления в качестве

учебника для студентов экономических вузов, обучающихся по направлению подготовки “Экономика”. - Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-394-04350-5.

2. Маркетинг : Учебник. - 5. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 548 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-03478-7.

3. Товарная политика : учебник; ВО - Бакалавриат / Российский государственный торгово-экономический университет; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. - 1. - Москва : ООО "Юридическое издательство Норма", 2019. - 256 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 9785917686158.

4. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Сулова Ю. Ю., Щербенко Е. В., Веремеенко О. С., Алёшина О. Г. - Красноярск : СФУ, 2018. - 380 с. - Книга из коллекции СФУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-7638-3849-7.

Дополнительная литература:

1. Экономика, маркетинг, менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / Дробышева Л. А. - 5-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 152 с. - Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-394-02732-1.

2. Синяева, И. М. Маркетинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учебник ; ВО - Бакалавриат / Синяева И. М., Земляк В. В., Синяев В. В. - 5-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 266 с. - Рекомендовано ГОУ ВПО «Государственный университет управления» в качестве учебника для студентов экономических вузов, обучающихся по направлению «Экономика». - Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5&394-02393-4.

3. Цахаев Р. К. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник ; ВО - Бакалавриат / Цахаев Р. К., Муртузалиева Т. В. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 552 с. - Рекомендовано уполномоченным учреждением Министерства образования и науки РФ — Государственным университетом управления в качестве учебника для студентов экономических вузов, обучающихся по направлению подготовки “Экономика”. - Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-394-02746-8.

б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.

1. «Товарная политика»: Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов экономического факультета, направления 38.03.02 - Менеджмент, профиль подготовки «Маркетинг» всех форм обучения / А. Я. Казарова. – Ставрополь: СЕКВОЙЯ, 2022. – 15 с.

2. «Товарная политика»: Методические рекомендации по освоению дисциплины студентов экономического факультета, направления 38.03.02 - Менеджмент, профиль подготовки «Маркетинг» всех форм обучения / А. Я. Казарова. – Ставрополь: СЕКВОЙЯ, 2022. – 12 с.

3. «Товарная политика»»: Практикум предназначен для студентов экономического факультета, направления 38.03.02 - Менеджмент, профиль подготовки «Маркетинг» всех форм обучения / А. Я. Казарова. – Ставрополь: СЕКВОЙЯ, 2022. – 40 с.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Федеральный образовательный портал — экономика, социология, менеджмент занятости [Электронный ресурс]. - Режим доступа: // <http://ecsocman.edu.ru/>

2. Федеральная государственная служба по статистике РФ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

3. Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Ставропольскому краю (Ставстат) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://stavstat.gks.ru/>

4. Министерство экономического развития РФ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru/>

5. Справочная правовая система Консультант Плюс.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении дисциплины «Товарная политика» необходимо обратить внимание на последовательность изучения тем. **Первая тема** «Теоретические основы товарной политики предприятия» дает базовые представления о целях, задачах и видах товарной политики предприятия.

При изучении **второй темы** «Классификация и коммерческие характеристики товаров» особое внимание следует обратить на классификацию товаров.

Третья тема «Российское законодательство в области товаров» раскрывает особенности законодательства РФ в области товаров.

В четвертой теме «Понятия и основные условия формирования товарной политики» рассматриваются возможности формирования товарного ассортимента и управление им.

В процессе изучения **пятой темы** «Управление жизненным циклом товара» обучающимся представляется возможность получить знания об особенностях жизненного цикла товара; модели ЖЦТ Теодора Левитта.

В шестой теме «Оценка конкурентоспособности товара» рассматриваются методические подходы к оценке конкурентоспособности продукции.

В седьмой теме «Товарная политика и стратегия торгового предприятия» студенты осваивают стратегические матрицы в процессе разработки товарной политики.

В процессе изучения **восьмой темы** «Совершенствование товарной политики» дополняет и расширяет полученные студентами знания. Студенты приобретают навыки по разработке нового товара.

Девятая тема «Международная товарная политика» позволяет изучить международные аспекты товарной политики.

Самостоятельная работа является важнейшим элементом учебного процесса, так как это один из основных методов освоения учебных дисциплин и овладения навыками профессиональной деятельности. Это подтверждает учебный план, согласно которому при изучении дисциплины 54 часа предусмотрено на самостоятельную работу (очная форма обучения) и 70 часа (очно-заочная форма обучения).

Лекции, практические занятия и промежуточная аттестация являются важными этапами подготовки к экзамену, поскольку позволяют студенту оценить уровень собственных знаний и своевременно восполнить имеющиеся пробелы. В этой связи необходимо для подготовки к зачету первоначально прочитать лекционный материал, выполнить практические задания, самостоятельно решить задачи.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).

11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующее программное обеспечение: MicrosoftWindowsServerSTDCORE AllLng License/Software AssurancePack Academic OLV 16Licenses LevelE AdditionalProduct CoreLic 1Year; Kaspersky Total Security Russian Edition. 1000-1499 Node 1 year Educational Renewal License; КонсультантПлюс-СК сетевая версия (правовая база).

11.2 Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

BigBlueButton

11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
-------	---	---

1	Учебная аудитория для проведения лекционных занятий (ауд. № 160, площадь – 202,7 м ²).	Оснащение: специализированная мебель на 182 посадочных мест, персональный компьютер – 1 шт., проектор Panasonic PT-EХ 610-1 шт., трибуна для лектора – 1 шт., микрофон – 3 шт., телевизор Pioneer – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, подключение к сети «Интернет», выход в корпоративную сеть университета.
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (ауд. № 122, площадь – 48,9 м ²).	Оснащение: специализированная мебель на 28 посадочных мест, рабочие станции 14 шт., проектор Sanyo PLS-XU10 – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, подключение к сети «Интернет», информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
3	Учебные аудитории для самостоятельной работы студентов:	
	1. Читальный зал научной библиотеки (площадь 177 м ²)	1. Оснащение: специализированная мебель на 100 посадочных мест, персональные компьютеры – 56 шт., телевизор – 1 шт., принтер – 1 шт., цветной принтер – 1 шт., копировальный аппарат – 1 шт., сканер – 1 шт., Wi-Fi оборудование, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
	2. Учебная аудитория № 173а (лаборатория «Учебно-консультационный информационный центр»), площадь – 31,9 м ²).	2. Оснащение: специализированная мебель на 12 посадочных мест, персональные компьютеры – 12 шт., интерактивная доска – 1 шт., проектор – 1 шт., классная доска – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
4	Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций (ауд. № 122, площадь – 48,9 м ²).	Оснащение: специализированная мебель на 28 посадочных мест, рабочие станции 14 шт., проектор Sanyo PLS-XU10 – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, подключение к сети «Интернет», информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
5	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации (ауд. № 122, площадь – 48,9 м ²).	Оснащение: специализированная мебель на 28 посадочных мест, рабочие станции 14 шт., проектор Sanyo PLS-XU10 – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, подключение к сети «Интернет», информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета

13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

а) для слабовидящих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);
- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;
- задания для выполнения на промежуточной аттестации зачитываются ассистентом;
- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- промежуточная аттестация проводится в письменной форме;

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по желанию студента промежуточная аттестация может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента промежуточная аттестация проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины «Товарная политика» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и учебного плана по профилю «Маркетинг».

Автор (ы) к.э.н., доцент Казарова А.Я.

Рецензенты к.э.н., доцент Воробьева Н.В.

к.э.н., доцент Рыбасова Ю.В.

Рабочая программа дисциплины «Товарная политика» рассмотрена на заседании кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики, протокол №18 от 16 мая 2022 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.01 Экономика.

Зав. кафедрой д.э.н., профессор Кусакина О.Н.

Рабочая программа дисциплины «Товарная политика» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета, протокол №9 от 19 мая 2022 года и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Руководитель ОП к.э.н., доцент Агаларова Е.Г.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Товарная политика»
по подготовке обучающегося по программе бакалавриата
по направлению подготовки**

38.03.02	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг

Профиль	
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет _____3_____ ЗЕТ, _____108_____ час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – <u>18</u> ч., в том числе в интерактивной форме – <u>4</u> ч., практическая подготовка - <u>18</u> ч. практические занятия – <u>36</u> ч., в том числе в интерактивной форме – <u>6</u> ч., практическая подготовка - <u>36</u> ч. самостоятельная работа – <u>54</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>54</u> ч.</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – <u>12</u> ч., в том числе в интерактивной форме – <u>4</u> ч., практическая подготовка - <u>12</u> ч. практические занятия – <u>26</u> ч., в том числе в интерактивной форме – <u>6</u> ч., практическая подготовка - <u>26</u> ч., самостоятельная работа – <u>70</u> ч., в том числе практическая подготовка - <u>70</u> ч.</p>
Цель изучения дисциплины	Целью изучения дисциплины является формирование у студентов компетенций, направленных на умение формировать комплекс маркетинга организации
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Товарная политика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений
Компетенции и индикатор(ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Профессиональные компетенции (ПК) ПК-3 Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации <i>ПК-3.1</i> Формирует комплекс маркетинга организации
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: Формирования комплекса маркетинга организации (ПК-3.1) Умения: Формировать комплекс маркетинга организации (ПК-3.1) Трудовые действия: Формирование комплекса маркетинга организации (ПК-3.1)
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретические основы товарной политики предприятия 2. Классификация и коммерческие характеристики товаров 3. Российское законодательство в области товаров 4. Понятия и основные условия формирования товарной политики 5. Управление жизненным циклом товара 6. Оценка конкурентоспособности товара 7. Товарная политика и стратегия торгового предприятия 8. Совершенствование товарной политики 9. Международная товарная политика
Форма контроля	Очная форма обучения: семестр 4 – зачет Очно-заочная форма обучения: семестр 4 – зачет
Автор:	Казарова А.Я., к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики