

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор/Декан  
института экономики, финансов и  
управления в АПК  
Гунько Юлия Александровна

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Рабочая программа дисциплины**

**Б1.В.ДВ.02.02 Ассортиментная политика**

38.03.02 Менеджмент

Маркетинг

бакалавр

очная

## 1. Цель дисциплины

Целью освоения дисциплины "Ассортиментная политика" является формирование у обучающихся системного понимания ассортиментной политики как ключевого компонента комплекса маркетинга организации и развитие способности применять современные методы анализа и управления товарным ассортиментом для принятия обоснованных маркетинговых решений

## 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 и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-3 Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку ее эффективности реализации	ПК-3.1 Формирует комплекс маркетинга организации	<b>знает</b> Знать фундаментальные концепции товарной политики как составной части комплекса маркетинга, включая понятие товара в маркетинговом смысле, теории стоимости и потребительских свойств товаров. Необходимо понимание роли и значения товарной политики в организации производства и функционирования на рынке, принципов формирования товарной политики, её целей и задач. Знание содержания товарной политики в маркетинге, концепций формирования и развития товарного ассортимента с учетом его основных характеристик (широта, глубина, полнота, структура, новизна, устойчивость). Понимание понятий "ассортимент" и "номенклатура", классификации потребительских товаров и товаров производственного назначения, содержания и особенностей ассортиментной политики на различных уровнях цепи создания стоимости (производство, оптовая торговля, розничная торговля). Знание основных факторов, определяющих ассортиментную политику предприятия: рыночные потребности, стратегические цели организации, финансовые возможности, условия конкурентной среды, жизненный цикл товара, конкурентоспособность и качество товаров. Знание основных направлений формирования ассортимента (расширение, сужение, обновление, стабилизация), товарных и марочных стратегий (индивидуальные марки, марки для групп товаров, зонтичная маркировка), стратегий позиционирования товаров предприятия, особенностей разработки и внедрения новых товаров на рынок, вариации товара, технологии планирования ассортимента

**умеет**

Уметь правильно формулировать цели и задачи ассортиментной политики конкретного предприятия; сформировать товарную политику с учетом ситуации на рынке, в котором работает организация; проектировать товарные стратегии на основе моделей и инструментов маркетинга. Умение разработать стратегию позиционирования товаров предприятия на целевом рынке в соответствии с конкурентными преимуществами и потребностями целевых сегментов. Умение анализировать товарную политику предприятия и разрабатывать рекомендации по её улучшению; применять инструменты управления товарным ассортиментом предприятия (ABC-анализ, XYZ-анализ, портфельные матрицы); оценивать сбалансированность товарного портфеля предприятия; принимать решения о введении новых товаров и выводе старых товаров из ассортимента. Способность определить оптимальное количество товарных позиций (SKU) и выявить нерентабельные товары. Умение рассчитывать показатели ассортимента (широту, глубину, полноту, структуру); проводить ABC и XYZ-анализ ассортимента; строить портфельные матрицы (матрица BCG, матрица McKinsey/General Electric); построить карты позиционирования товаров; применять экспертные методы при оценке эффективности товарной политики. Способность применять различные методы при оценке эффективности товарной политики и товарного ассортимента.

**владеет навыками**

Практическое владение современными методиками анализа товарного ассортимента предприятия (ABC-анализ, XYZ-анализ, матрица BCG, матрица рентабельности, матрица McKinsey/General Electric, ассортиментная матрица). Навыки нахождения обоснованных управленческих решений в области товарной политики; управления товарным ассортиментом предприятия; разработки стратегии позиционирования товаров предприятия с учетом особенностей целевого рынка и конкурентного окружения. Навыки применения качественных и количественных параметров оценки эффективности товарной политики организации; анализа показателей конъюнктуры товарного рынка; использования различных методов оценки при анализе эффективности. Способность делать выводы о состоянии товарной политики и разрабатывать

		рекомендации по её совершенствованию.Способность применить полученные знания при решении реальных задач; разработке товарной политики для конкретного предприятия; анализе ассортимента и подготовке рекомендаций по его оптимизации; разработке стратегий позиционирования на основе анализа рыночной ситуации. Владение навыками подготовки управленческих решений, обоснованных маркетинговым анализом
--	--	---

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Ассортиментная политика» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений программы.

Изучение дисциплины осуществляется в 4семестре(-ах).

Для освоения дисциплины «Ассортиментная политика» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин:

Освоение дисциплины «Ассортиментная политика» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
- Преддипломная практика
- Международный маркетинг
- Рекламное дело
- Маркетинг в социальных сетях
- Маркетинг в отраслях и сферах деятельности
- Управление конкурентоспособностью организации
- Маркетинговые коммуникации
- Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
- Маркетинг в агробизнесе
- Стратегический маркетинг
- Интернет-маркетинг
- Маркетинговая политика
- Маркетинг взаимоотношений и партнерства
- Ценообразование в маркетинге
- Информационные технологии в маркетинге
- Инструменты анализа и визуализации данных

### 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 «Ассортиментная политика» в соответствии с рабочим учебным планом и ее распределение по видам работ представлены ниже.

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		За
в т.ч. часов: в интерактивной форме		4	8				

практической подготовки	18	36		54		
-------------------------	----	----	--	----	--	--

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцированный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен
4	108/3			0.12			

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

№	Наименование раздела/темы	Семестр	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				
1.	1 раздел. Теоретические основы товарной политики организации									
1.1.	Теоретические основы товарной политики предприятия	4	6	2	4		6	КТ 1	Тест, Собеседование	
1.2.	Классификация товаров	4	6	2	4		6	КТ 1	Тест, Кейс-задача	
1.3.	Российское законодательство в области товаров	4	6	2	4		6	КТ 1	Тест, Устный опрос, Кейс-задача	
2.	2 раздел. Многоуровневая модель товара и конкурентоспособность									
2.1.	Многоуровневая модель товара	4	6	2	4		6	КТ 2	Тест, Кейс-задача	
2.2.	Оценка конкурентоспособности товара	4	6	2	4		6	КТ 2	Тест, Кейс-задача	
2.3.	Жизненный цикл товара и управление ассортиментом	4	6	2	4		6	КТ 2	Тест, Кейс-задача	
2.4.	Планирование и оптимизация ассортимента	4	6	2	4		6	КТ 3	Тест, Кейс-задача	
2.5.	Стратегии развития ассортимента	4	6	2	4		6	КТ 3	Тест, Кейс-задача	
2.6.	Инновационные товары и процесс внедрения новых товаров на рынок	4	6	2	4		6	КТ 3	Тест	
	Промежуточная аттестация		За							
	Итого		108	18	36		54			
	Итого		108	18	36		54			

### 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
Теоретические основы товарной политики предприятия	Теоретические основы товарной политики предприятия	2/-
Классификация товаров	Классификация товаров	2/-
Российское законодательство в области товаров	Российское законодательство в области товаров	2/-
Многоуровневая модель товара	Многоуровневая модель товара	2/-
Оценка конкурентоспособности товара	Оценка конкурентоспособности товара	2/-
Жизненный цикл товара и управление ассортиментом	Жизненный цикл товара и управление ассортиментом	2/-
Планирование и оптимизация ассортимента	Планирование и оптимизация ассортимента	2/-
Стратегии развития ассортимента	Стратегии развития ассортимента	2/-
Инновационные товары и процесс внедрения новых товаров на рынок	Инновационные товары и процесс внедрения новых товаров на рынок	2/-
Итого		18

### 5.2.1. Семинарские (практические) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме

Наименование раздела дисциплины	Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		вид	часы
Теоретические основы товарной политики предприятия	Теоретические основы товарной политики предприятия	Пр	4/-/4
Классификация товаров	Классификация товаров	Пр	4/2/4
Российское законодательство в области товаров	Российское законодательство в области товаров	Пр	4/-/4
Многоуровневая модель товара	Многоуровневая модель товара	Пр	4/4/4
Оценка конкурентоспособности товара	Оценка конкурентоспособности товара	Пр	4/-/4

Жизненный цикл товара и управление ассортиментом	Жизненный цикл товара и управление ассортиментом	Пр	4/2/4
Планирование и оптимизация ассортимента	Планирование и оптимизация ассортимента	Пр	4/2/4
Стратегии развития ассортимента	Стратегии развития ассортимента	Пр	4/-/4
Инновационные товары и процесс внедрения новых товаров на рынок	Инновационные товары и процесс внедрения новых товаров на рынок	Пр	4/2/4
Итого			

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

### 5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Темы и/или виды самостоятельной работы	Часы
Теоретические основы товарной политики предприятия	6
Классификация товаров	6
Российское законодательство в области товаров	6
Многоуровневая модель товара	6
Оценка конкурентоспособности товара	6
Жизненный цикл товара и управление ассортиментом	6

Планирование и оптимизация ассортимента	6
Стратегии развития ассортимента	6
Инновационные товары и процесс внедрения новых товаров на рынок	6

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

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Ассортиментная 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 «Ассортиментная политика».
2. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Ассортиментная политика».
3. Методические рекомендации по выполнению письменных работ (кейс-задача) (при наличии).
4. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы студентами заочной формы обучения (при наличии)
5. Методические указания по выполнению курсовой работы (проекта) (при наличии).

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)	метод. лит. (из п.8 РПД)
1	Теоретические основы товарной политики предприятия . Теоретические основы товарной политики предприятия			
2	Классификация товаров. Классификация товаров			
3	Российское законодательство в области товаров . Российское законодательство в области товаров			
4	Многоуровневая модель товара. Многоуровневая модель товара			
5	Оценка конкурентоспособности товара. Оценка конкурентоспособности товара			
6	Жизненный цикл товара и управление ассортиментом. Жизненный цикл товара и управление ассортиментом			
7	Планирование и оптимизация ассортимента. Планирование и оптимизация ассортимента			
8	Стратегии развития ассортимента. Стратегии развития ассортимента			
9	Инновационные товары и процесс внедрения новых товаров на рынок. Инновационные товары и процесс внедрения новых товаров на рынок			

## 7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Ассортиментная политика»

### 7.1. Перечень индикаторов компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	1		2		3		4	
		1	2	3	4	5	6	7	8
ПК-3.1:Формирует комплекс маркетинга организации	Маркетинг в агробизнесе					x			
	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности							x	
	Маркетинг в социальных сетях							x	
	Маркетинговая политика					x			
	Международный маркетинг							x	
	Преддипломная практика								x
	Производственная практика				x		x		
	Стратегический маркетинг								x
	Товарная политика				x				
	Управление конкурентоспособностью организации							x	
	Ценообразование в маркетинге					x			

## 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 «Ассортиментная 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 «Ассортиментная политика» проводится в виде Зачет.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО». (или «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» для дифференцированного зачета/экзамена)

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
4 семестр		
КТ 1	Тест	10
КТ 1	Собеседование	0
КТ 1	Кейс-задача	0

КТ 1	Устный опрос	0	
КТ 2	Тест	10	
КТ 2	Кейс-задача	0	
КТ 3	Тест	10	
КТ 3	Кейс-задача	0	
<b>Сумма баллов по итогам текущего контроля</b>		<b>30</b>	
Посещение лекционных занятий		20	
Посещение практических/лабораторных занятий		20	
Результативность работы на практических/лабораторных занятиях		30	
Итого		100	
№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижений компетенций	Максимальное количество баллов	Критерии оценки знаний студентов
4 семестр			
КТ 1	Тест	10	
КТ 1	Собеседование	0	
КТ 1	Кейс-задача	0	
КТ 1	Устный опрос	0	
КТ 2	Тест	10	
КТ 2	Кейс-задача	0	
КТ 3	Тест	10	
КТ 3	Кейс-задача	0	

### Критерии и шкалы оценивания результатов обучения на промежуточной аттестации

При проведении итоговой аттестации «зачет» («дифференцированный зачет», «экзамен») преподавателю с согласия студента разрешается выставлять оценки («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «зачет») по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

В случае отказа – студент сдает зачет (дифференцированный зачет, экзамен) по приведенным выше вопросам и заданиям. Итоговая успеваемость (зачет, дифференцированный зачет, экзамен) не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

При сдаче (зачета, дифференцированного зачета, экзамена) к заработанным в течение семестра студентом баллам прибавляются баллы, полученные на (зачете, дифференцированном зачете, экзамене) и сумма баллов переводится в оценку.

### Критерии и шкалы оценивания ответа на зачете

По дисциплине «Ассортиментная политика» к зачету допускаются студенты, выполнившие и сдавшие практические работы по дисциплине, имеющие ежемесячную аттестацию и без привязке к набранным баллам. Студентам, набравшим более 65 баллов, зачет выставляется по результатам текущей успеваемости, студенты, не набравшие 65 баллов, сдают зачет по вопросам, предусмотренным РПД. Максимальная сумма баллов по промежуточной аттестации (зачету) устанавливается в 15 баллов

Вопрос билета	Количество баллов
Теоретический вопрос	до 5
Задания на проверку умений	до 5
Задания на проверку навыков	до 5

#### Теоретический вопрос

5 баллов выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курса в 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 экзаменационному заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу

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

4 балла заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы экзаменационного 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.

Задания на проверку умений и навыков

5 баллов Задания выполнены в обозначенный преподавателем срок, письменный отчет без замечаний. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

4 балла Задания выполнены в обозначенный преподавателем срок, письменный отчет с небольшими недочетами.

2 баллов Задания выполнены с задержкой, письменный отчет с недочетами. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

1 баллов Задания выполнены частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

0 баллов Задания выполнены, письменный отчет не представлен или работа выполнена не полностью, и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

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

Вопросы к зачету по дисциплине "Ассортиментная политика"

1. Сущность товарной политики в контексте маркетинга и о её место в комплексе маркетинга (маркетинг-миксе).

2. Содержание ассортиментной политики, ее цели и задачи в организации?

3. Объясните различие между следующими понятиями: "товар в маркетинговом смысле", "товарная единица", "товарная линия", "товарный ассортимент" (товарный микс). Приведите примеры для каждого понятия.

4. Показатели ассортимента, их значение для управления товарной политикой. Влияние на управление компанией

5. Факторы определяющие формирование ассортиментной политики, их на группы и влияние каждой группы на выбор ассортимента.

6. Принципы формирования ассортимента.

7. Многоуровневая модель товара

8. Конкурентоспособность товара и факторы ее определяющие. Типы конкурентных преимуществ товара.

9. Методы оценки конкурентоспособности товара. Объясните мультиатрибутивную модель оценки конкурентоспособности и как её применить на практике.

10. Направления повышения конкурентоспособности товара. Предложите три конкретных мероприятия для повышения конкурентоспособности товара в выбранной вами категории.

11. Опишите концепцию жизненного цикла товара. Объясните, почему компании используют эту концепцию для управления своим ассортиментом.

12. Подробно опишите каждую стадию жизненного цикла товара (внедрение, рост, зрелость, спад): характеристики, объемы продаж, прибыль, конкуренция, маркетинговые задачи.

13. Какие маркетинговые стратегии следует применять на каждой стадии жизненного цикла товара? Объясните различие в ценовой политике, продвижении и распределении на разных стадиях.

14. Объясните способы продления жизненного цикла товара. Приведите примеры компаний, которые успешно продляли жизненный цикл своих товаров.

15. ABC-анализ. Объясните принцип Парето и как его применить к управлению ассортиментом. Каковы рекомендации по управлению товарами каждой группы?

16. XYZ-анализ. Объясните, как оценивается стабильность спроса на товары. Какие коэффициенты вариации характеризуют каждую группу и какие стратегии управления запасами рекомендуются?

17. Объясните матрицу ABC/XYZ (комбинирование ABC и XYZ-анализов). Какие категории товаров образуются и какие стратегии управления рекомендуются для каждой категории?

18. Опишите матрицу Boston Consulting Group. Какие две оси используются для анализа? Назовите четыре категории товаров и объясните их характеристики.

19. Какие стратегии управления рекомендуются для товаров каждой категории в матрице BCG? Объясните связь между позицией товара в матрице и его роль в товарном портфеле компании.

20. Опишите матрицу McKinsey/General Electric. Чем она отличается от матрицы BCG? Какие категории товаров выделяются и какие рекомендации по стратегии для каждой?

21. Объясните стратегии развития ассортимента: расширение, углубление, диверсификация и оптимизация. В каких ситуациях каждая стратегия наиболее эффективна?

22. Дайте определение стратегии расширения и углубления ассортимента. Приведите примеры компаний, применяющих эти стратегии, и объясните, почему эти стратегии результативны.

23. Объясните понятие "диверсификация ассортимента". Какие типы диверсификации существуют? Приведите примеры успешной и неудачной диверсификации.

24. Опишите процесс разработки нового товара (New Product Development - NPD) от идеи до коммерциализации. Какие этапы являются критическими?

25. Какие стратегии внедрения новых товаров на рынок существуют? Объясните разницу между стратегиями "быстрого охвата" и "быстрого внедрения". Приведите примеры товаров, для которых применялась каждая стратегия.

26. Категорийный менеджмент, его цели и отличие от традиционного управления товарами.

27. Опишите процесс категорийного менеджмента (этапы от определения категории до оценки результатов). Какие показатели используются для оценки эффективности категории?

28. Объясните понятие "планограмма". Почему правильное размещение товаров на полке является важным элементом управления ассортиментом? Какой факт известен как "золотой прямоугольник"?

29. Что такое private label (торговая марка розницы)? Какую роль private label играет в ассортименте розничной сети? Приведите примеры успешных private label.

30. Объясните концепцию омниканального управления ассортиментом. Как интеграция онлайн и оффлайн каналов влияет на решения в области товарной политики? Приведите примеры компаний, которые успешно внедрили омниканальный подход.

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

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

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

№	Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
1		

**10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

**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*

1. -

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	Номер аудитории	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения занятий всех типов (в т.ч. лекционного, семинарского, практической подготовки обучающихся), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации		

2	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, подтверждающее наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования		
---	--	--	--

### 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 «Ассортиментная политика» составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970).

Автор (ы)

\_\_\_\_\_ проф. КАиМ, дэн Лещева Марина Генриховна

Рецензенты

\_\_\_\_\_ зав. каф. КАиМ, кэн Агаларова Екатерина  
Григорьевна

\_\_\_\_\_ доц. КАиМ, кэн Вайцеховская Светлана Сергеевна

Рабочая программа дисциплины «Ассортиментная политика» рассмотрена на заседании Кафедра агроэкономики и маркетинга протокол № от г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Агаларова Екатерина Григорьевна

Рабочая программа дисциплины «Ассортиментная политика» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Институт экономики, финансов и управления в АПК протокол № от г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Руководитель ОП \_\_\_\_\_