

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1164285	Ассортиментная политика предприятия

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Маркетинг и логистика в коммерции	Код ОП 1. 38.03.06/33.01
Направление подготовки 1. Торговое дело	Код направления и уровня подготовки 1. 38.03.06

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Никитина Наталья Юрьевна	кандидат экономических наук, без ученого звания	Доцент	региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности
2	Царева Светлана Владимировна	кандидат наук, доцент	Доцент	региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ **Ассортиментная политика предприятия**

1.1. Аннотация содержания модуля

Цель изучения модуля заключается в раскрытии значимости ассортиментной политики для развития предприятия, изучении методик формирования и совершенствования ассортимента.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Ассортиментная политика предприятия	3
ИТОГО по модулю:		3

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Ассортиментная политика предприятия	ПК-1 - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических профессиональных задач	З-1 - Методы сбора, обработки и анализа данных У-1 - Применять методы сбора, обработки и анализа данных П-1 - Владеть основными методами сбора и анализа данных П-2 - Способен решать оперативные и тактические профессиональные задачи
	ПК-2 - Способен управлять ассортиментом и качеством товаров и	З-1 - Знать классификацию ассортимента, видов дефектов и специфику формирования товарного ассортимента

	услуг, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	<p>У-1 - Уметь работать с нормативными документами, регламентирующими ассортимент и показатели товара и услуг по качеству и количеству</p> <p>П-1 - Владеть методами и инструментами контроля и управления качеством товаров и услуг, подходами к организации работы в области качества на предприятии</p>
	ПК-13 - Способен изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	<p>З-1 - Знать виды спроса</p> <p>З-2 - Знать факторы, оказывающие влияние на изменение конъюнктуры рынка</p> <p>У-1 - Уметь изучать и прогнозировать спрос потребителей</p> <p>П-2 - Владеть методами изучения конъюнктуры товарного рынка</p> <p>П-3 - Владеть навыками изучения и прогнозирования спроса и поведения потребителей</p>

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и очно-заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Ассортиментная политика предприятия

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Никитина Наталья Юрьевна	кандидат экономических наук, без ученого звания	Доцент	региональной экономики, инновационного предприниматель ства и безопасности
2	Царева Светлана Владимировна	кандидат наук, доцент	Доцент	региональной экономики, инновационного предприниматель ства и безопасности

Рекомендовано учебно-методическим советом института Институт экономики и управления

Протокол № 31 от 26.05.2023 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Царева Светлана Владимировна, Доцент, региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
Р 1	Товар и продукт.	Коммерческие характеристики товара Определение понятий «товар» и «продукт», в экономической теории и маркетинге. Поддержка продукта как комплекс маркетинговых мер, обеспечивающих обслуживание, транспортировку, хранение, безопасное и грамотное использование продукта. Элементы группы поддержки продукта. Восприятие и признание товара покупателем. Пять этапов развития потребностей. Процесс принятия решения о закупках со стороны предприятия. Модели представления характеристик товара.
Р 2	Основы продуктовой и ассортиментной политики фирмы	Классификация товаров. Особенности услуги как вида товара. Товары производственного назначения — это продукты, которые используются для создания других товаров, т. е. Потребляются в процессе производства. Группы товаров производственного. Потребительские товары. Классификация потребительских товаров по следующим признакам: характеру потребления; степени материальности;

		<p>характеру поведения потребителя при покупке; степени совместимости в процессе потребления.</p> <p>Классификация услуг по различным критериям (характер производителя, присутствие клиента во время оказания услуги, мотивы потребителя услуг, мотивы производителя услуг, принадлежность к отрасли услуг, принадлежность к группе товарного ассортимента). Отличительные характеристики услуг.</p> <p>Ассортимент товаров. Природа торгового ассортимента. Система торгового ассортимента: управление развитием. Классификация ассортимента. Свойства ассортимента. Состав и методика определения оптимальных показателей ассортимента. Классификация взаимосвязей товаров в ассортименте.</p>
<p>Р 3</p>	<p>Управление развитием ассортимента ключевое условие повышения объема продаж</p>	<p>Эволюция маркетинговой концепции управления ассортиментом: спрос или товарооборот.</p> <p>Прогнозирование покупательского спроса: методы и приемы прогнозирования. Оценка емкости рынка и рыночных перспектив. Потенциал рынка и прогноз продаж. Доля рынка фирмы и оценка рыночных возможностей. Методы прогнозирования сбыта.</p> <p>Использование математических методов и компьютерных технологий (Excel, SPSS) для прогнозирования спроса: корреляционно-регрессионная модель спроса.</p> <p>Оптимизация выбранного варианта прогноза: основы линейного программирования</p> <p>Альтернативный метод линейного программирования: управление развитием ассортимента.</p>
<p>Р 4</p>	<p>Управление жизненным циклом товара в продуктовой политике фирмы</p>	<p>Жизненный цикл товара (ЖЦТ). Существующие подходы к выделению отдельных этапов ЖЦТ. Принципы концепции ЖЦТ Теодора Левитта.</p> <p>Характеристики жизненного цикла услуги и его отдельных стадий.</p> <p>Управление жизненным циклом товара как составная часть продуктовой политики фирмы. Создание инновационных товаров. Подходы к определению новизны товара. Процесс разработки и внедрения нового товара на рынок.</p> <p>Диверсификация как разновидность процесса инновации. Горизонтальная диверсификация, вертикальная диверсификация, концентрическая диверсификация.</p>

		<p>Создание модифицированного товара. Модификация как комплекс маркетинга. Модификация товара. Приемы модификации товара: вариация и дифференциация.</p> <p>Модификация рынка.</p> <p>Снятие товара с производства (элиминация). Возможности, рассматриваемые при принятии решения об исключении товара из товарной номенклатуры.</p>
<p>Р 5</p>	<p>Управление ассортиментом и номенклатурой</p>	<p>Понятие ассортимента и номенклатуры. Классификация ассортимента товаров. Подразделение ассортимента потребительских товаров на группы — по местонахождению, на подгруппы — по широте охвата товаров, на виды — по степени удовлетворения потребностей, на разновидности — по характеру потребностей.</p> <p>Промышленный (производственный) ассортимент. Торговый ассортимент</p> <p>Простой ассортимент. Сложный ассортимент. Групповой ассортимент. Видовой ассортимент. Марочный ассортимент. Развернутый ассортимент. Сопутствующий ассортимент. Смешанный ассортимент.</p> <p>Рациональный и оптимальный ассортимент. Критерий для отнесения товаров к оптимальному ассортименту</p> <p>Реальный, прогнозируемый и учебный ассортимент.</p> <p>Показатели ассортимента как количественное выражение свойств ассортимента-</p> <p>та. Широта ассортимента (Действительная широта, базовая широта). Коэффициент широты Полнота ассортимента. Показатели полноты: действительные и базовые. Коэффициент полноты. Устойчивость ассортимента. Коэффициент устойчивости. Новизна (обновление) ассортимента. Количество новых товаров в общем перечне и степень обновления. Структура ассортимента. Показатели структуры ассортимента в натуральном или денежном выражении. Ассортиментный минимум. Ответственность за нарушение ассортиментного перечня. Рациональность ассортимента. Коэффициент рациональности. Гармоничность ассортимента</p> <p>Управление ассортиментом. Цель и задачи организации в области ассортимента. Основные направления в области формирования ассортимента: сокращение, расширение, стабилизация, обновление, совершенствование, гармонизация.</p> <p>Факторы формирования ассортимента: общие и специфические.</p> <p>Принципы формирования ассортимента: ориентация на проблему, ориентация на материал, ориентация на одну ассортиментную группу, ориентация на происхождение товара,</p>

		<p>ориентация на определенный уровень цен, ориентация на самообслуживание.</p> <p>Методы анализа ассортимента: анализ рентабельности ассортиментной группы, ABC-анализ. Матрица совместных покупок.</p> <p>Оптимальный ассортимент с точки зрения анализа ЖЦТ</p>
Р 6	Производственно-торговые компании: стратегическое управление ассортиментом	<p>Принятие решения о том, какие стратегии в отношении товарных групп существующего ассортимента предприятия наиболее оптимальны. Портфельный анализ.</p> <p>Использование в портфельном анализе матрицы БКГ, матрицы МакКинзи.</p> <p>Оценка конкурентоспособности продукции. Расчет индекса конкурентоспособности.</p> <p>Анализ прибыльности продукции. Использование коэффициент значимости.</p>
Р 7	Производственно-торговые компании: оперативное управление ассортиментом	<p>Рационализация ассортимента. Компоненты рационализации существующего ассортимента. Анализ спроса. Статистические методы наблюдения за спросом. Расчет показателей, характеризующих ассортиментные сдвиги в поставке.</p> <p>Специальные методы наблюдения за спросом: анализ конкурентов; опросы покупателей; выставки-продажи; выставки-просмотры; продажи пробных и экспериментальных изделий; семинары и презентации для потенциальных покупателей.</p> <p>Инновации и разработка нового продукта. Этапы процесса разработки и вывода на рынок новых продуктов. Выбор целевых потребителей, поиск идей и формирование концепции продукта, анализ экономической целесообразности производства, технико-технологическая разработка товара или услуги, разработка маркетинговой стратегии и пробный маркетинг, моделирование процесса восприятия нового продукта, вывод продукта на рынок. Возможные модификации стандартного процесса.</p> <p>Стратегическое управление товарным ассортиментом и товарный портфель. Эффективность отдельного товара в общем портфеле. Товарная политика. Оценка и отслеживание рыночных показателей товара.</p>

<p>Р 8</p>	<p>Торгово-закупочные компании: стратегическое управление ассортиментом</p>	<p>Стратегическое формирование ассортимента торгово-закупочной компании как процесс подбора и установления перечня товаров, соответствующего спросу покупателей и обеспечивающего высокую прибыльность работы торгового предприятия.</p> <p>Разработка ассортиментной стратегии оптового предприятия: выбор поставщиков и клиентов.</p> <p>Модель ассортиментно-ценовых стратегий оптовиков, реализующих товары народного потребления.</p> <p>Разработка укрупненного ассортимента розничного предприятия. Выбор формата розничного предприятия (сети розничных предприятий). Типы розничного предприятия в зависимости от ассортимента. Определение целевой аудитории розничного предприятия</p>
<p>Р 9</p>	<p>Торгово-закупочные компании: оперативное управление ассортиментом</p>	<p>Формирование и обновление развернутого ассортимента. Выбор производителей, товаров, брендов. Статистические методы наблюдения за спросом. Изучение готовых обзоров рынков и данных ритейл-аудита. Специальные методы наблюдения за спросом. Опросы и наблюдения за покупателями. Анализ ассортимента конкурентов.</p> <p>Выбор поставщиков. Критерии выбора поставщика.</p> <p>Категорийный менеджмент в торговле.</p> <p>Управление существующим развернутым ассортиментом. Сводки о продажах и анализ прибыльности ассортимента. Анализ внутрифирменной информации о продажах как источник информации о реализованном спросе, его структуре и тенденциях развития. Расчет прямой прибыльности продукта (DPP – direct product profit). Сбора информации по ассортиментным группам и в потоварном разрезе.</p> <p>Анализ структуры продаж. Показатели структуры продаж и построение модифицированной матрицы БКГ.</p> <p>Анализ концентрации продаж. ABC-анализ. Построение кривой Лоренца и расчет коэффициента Джини.</p> <p>Анализ стабильности ассортимента. Показатели стабильности ассортимента. Коэффициент полноты ассортимента. Коэффициент стабильности (устойчивости) ассортимента.</p> <p>Расчет коэффициентов вариации и XYZ-анализ.</p> <p>Анализ сезонности товарооборота.</p>
<p>Р 10</p>	<p>Управление марочным ассортиментом</p>	<p>Возможные ассортиментные решения в бренд-ориентированной организации.</p>

		<p>Управление ассортиментом одного бренда. Линейное (горизонтальное) расширение ассортимента бренда в рамках существующей товарной категории. Формирование ассортимента бренда за счет товаров из других товарных категорий. «Зонтичные» бренды (ассортиментные, поддерживающие, корпоративные бренды).</p> <p>Управление несколькими брендами (мультимарочная стратегия). Основные причины наличия нескольких брендов компании в одной товарной категории.</p> <p>Стратегия управления марочным портфелем по Д. Аакеру.</p> <p>Продуктовая организационная структура и категорийный менеджмент в производственной компании</p>
--	--	---

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	профориентационная деятельность	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-2 - Способен управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	П-1 - Владеть методами и инструментами контроля и управления качеством товаров и услуг, подходами к организации работы в области качества на предприятии

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Ассортиментная политика предприятия

Электронные ресурсы (издания)

1. Ласковец, С. В.; Товарная политика компании : учебное пособие.; Евразийский открытый институт, Москва; 2011; <http://www.iprbookshop.ru/10901.html> (Электронное издание)
2. , Чалых, Т. И., Умаленова, Н. В.; Товароведение однородных групп непродовольственных товаров : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2022; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684508> (Электронное издание)
3. ; Товароведение, экспертиза и стандартизация : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621904> (Электронное издание)
4. , Елисеева, Л. Г.; Товароведение однородных групп продовольственных товаров : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621694> (Электронное издание)
5. Макаров, С. Р.; Ассортиментная политика; Лаборатория книги, Москва; 2010; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=86447> (Электронное издание)
6. Зотов, В. В.; Ассортиментная политика фирм : учебное пособие.; Евразийский открытый институт, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, Москва; 2007; <http://www.iprbookshop.ru/10614.html> (Электронное издание)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Портал новостей «Lenta.ru». Режим доступа: <http://www.lenta.ru/>
2. Портал новостей «Ведомости». Режим доступа:
<http://www.vedomosti.ru/var/bansrc/2010/bb3468.html>
3. Портал новостей «Коммерсант.ru». Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/>
4. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Режим доступа:
<http://wciom.ru/index.php?id=57#>
5. Ежедневная интернет-газета «Новости телекоммуникаций, вещания и ИТ. Режим доступа:
<http://www.comnews.ru/lastnews/>
6. Исследовательский холдинг «Ромир». Режим доступа: <http://www.romir.ru/>
7. Исследовательский центр Комкон. Режим доступа: <http://www.comcon-2.ru/>
8. Исследовательская группа TNS. Режим доступа: <http://www.tns-global.ru/rus/index.wbp>
9. Мониторинг СМИ. Режим доступа: <http://www.integrum.ru/>
10. Журнал Индустрия рекламы [www. In.magazine.ru](http://www.inmagazine.ru)
11. Бизнес в сетях [www. marketing.al. ru](http://www.marketing.al.ru)
12. Энциклопедия маркетинга [www. marketing.spb. ru](http://www.marketing.spb.ru)

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Косарева, О. А. Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров : учебник : [12+] / О. А. Косарева. – Москва : Университет Синергия, 2020. – 452 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=617835> (дата обращения: 06.12.2021). – ISBN 978-5-4257-0453-5. – Текст : электронный.
2. Новаков, А. А. Секреты розничной торговли. Вопросы и ответы : практическое пособие / А. А. Новаков. – Москва : Инфра-Инженерия, 2013. – 464 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=144679> (дата обращения: 06.12.2021). – ISBN 978-5-9729-0060-2. – Текст : электронный.
3. Зотов, В. В. Ассортиментная политика фирмы: учебно-практическое пособие : учебное пособие / В. В. Зотов. – Москва : Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2007. – 95 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90794> (дата обращения: 06.12.2021). – ISBN 5-7764-0446-0. – Текст : электронный.
4. Максимец, Н. В. Мерчандайзинг с основами ассортиментной политики : учебное пособие : [16+] / Н. В. Максимец ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2017. – 100 с. : табл., схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483700> (дата обращения: 06.12.2021). – Библиогр.: с. 85-90. – ISBN 978-5-8158-1912-2. – Текст : электронный.
5. Голова, А. Г. Управление продажами : учебник / А. Г. Голова. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 279 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621640> (дата обращения: 06.12.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03902-7. – Текст : электронный.
6. Товарный менеджмент : учебное пособие / сост. С. В. Левушкина ; Ставропольский государственный аграрный университет, Кафедра менеджмента. – Ставрополь : АГРУС, 2014. – 136 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277449> (дата обращения: 06.12.2021). – Текст : электронный.

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Ассортиментная политика предприятия

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
--------------	---------------------	--	--

1	Лекции	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>CS6 Master Collection 6 Multiple Platforms Russian AOO License Level 1</p> <p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p>
2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>CS6 Master Collection 6 Multiple Platforms Russian AOO License Level 1</p> <p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p>
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>CS6 Master Collection 6 Multiple Platforms Russian AOO License Level 1</p> <p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p>
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>CS6 Master Collection 6 Multiple Platforms Russian AOO License Level 1</p> <p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>CS6 Master Collection 6 Multiple Platforms Russian AOO License Level 1</p> <p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p>