

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 28.06.2023 15:55:36

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт Институт экономики предприятий

Кафедра Коммерции, сервиса и туризма

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 11 от 30 мая 2023 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины Б1.В.13 Оптимизация торгового ассортимента

Основная профессиональная образовательная программа 38.03.06 Торговое дело программа Управление бизнесом в сфере электронной коммерции

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Самара 2023

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Оптимизация торгового ассортимента входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1.Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Предпринимательское дело, Управление человеческими ресурсами, Основы права, Гражданское право, Интернет-торговля и маркетинг, Управление цепями поставок, Основы ритейла и торговых экосистем, Организация розничной торговли, Управление рисками, Экономическая теория, Экономическая история, Основы финансовых расчетов, Экономика организации, Финансовая и налоговая система РФ, Омниканальный мерчандайзинг, Организация торгового пространства, Консультационный проект, Поведение потребителя в цифровой среде, Товароведение, Проектирование бизнеса в цифровой среде, Корпоративный и персональный имиджмейкинг, Технологии продажи профессиональных услуг

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Оптимизация торгового ассортимента в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Универсальные компетенции (УК):

УК-2 - Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
УК-2	УК-2.1: Знать: основные виды задач профессиональной деятельности и способы их решения с учетом оптимального использования имеющихся ресурсов и правовых ограничений, действующие правовые нормы; принципы и методы декомпозиции задач и анализа имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.2: Уметь: определять перечень задач профессиональной деятельности, ранжировать их по степени важности, находить оптимальные способы их решения с учетом имеющихся ресурсов и правовых норм; разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов	УК-2.3: Владеть (иметь навыки): навыками построения задач профессиональной деятельности и определения способов их решения с учетом оптимального использования имеющихся ресурсов и правовых норм; технологиями разработки и реализации проектов в рамках поставленных задач, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере; методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах

УК-10 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
УК-10	УК-10.1: Знать:	УК-10.2: Уметь:	УК-10.3: Владеть (иметь навыки):
	технологии информационного и экономического обоснования принятия управленческих решений в торговом бизнесе; основы прогнозирования и оценки экономической эффективности мероприятий по совершенствованию предпринимательской деятельности	принимать обоснованные экономические решения в предпринимательской деятельности	методами экономического обоснования управленческих решений в торговом бизнесе; навыками оценки экономической эффективности мероприятий по развитию предпринимательской деятельности

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-3 - Способен оптимизировать ассортиментно-ценовую и сервисную политику предприятия в соответствии с цифровой экономикой, учитывать характеристики целевой аудитории и партнеров в бизнес-среде

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-3	ПК-3.1: Знать:	ПК-3.2: Уметь:	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки):
	основы проектирования предпринимательской деятельности с учетом особенностей субъектов микросреды и факторов макросреды предприятия	проектировать предпринимательской деятельности и адаптировать ее к изменениям внешней микро- и макросреды, развивать ее в цифровом пространстве на основе современным информационно-коммуникационных технологий	навыками проектирования предпринимательской деятельности, ее адаптации к изменениям на рынке, к требованиям цифровой экономики

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очно-заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 9
Контактная работа, в том числе:	4.15/0.12
Занятия лекционного типа	2/0.06
Занятия семинарского типа	2/0.06
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	85.85/2.38
Промежуточная аттестация	18/0.5

Вид промежуточной аттестации: Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы Зачетные единицы	108 3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Оптимизация торгового ассортимента представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
Практич. занятия							
1.	Основы ассортиментной политики торгового предприятия	2				40	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-10.1, УК-10.2, УК-10.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
2.	Формирование и управление ассортиментом в торговле		2			45,85	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-10.1, УК-10.2, УК-10.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
	Контроль	18					
	Итого	2	2	0.15		85.85	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
2.	Основы ассортиментной политики торгового предприятия	лекция	Особенности ассортиментной политики торгового предприятия

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
2.	Формирование и управление ассортиментом в торговле	практическое занятие	Стратегическое и оперативное управление ассортиментом

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Основы ассортиментной политики торгового предприятия	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Формирование и управление ассортиментом в торговле	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Лифиц, И. М. Товарный менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 405 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3959-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/508122>

2. Чернышева, А. М. Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01486-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511383>

Дополнительная литература

1. Новиков, В. Э. Информационное обеспечение логистической деятельности торговых компаний : учебное пособие для вузов / В. Э. Новиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 184 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01012-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511280>

2. Бузукова, Е. А. Категорийный менеджмент. Теоретические основы : учебник для вузов / Е. А. Бузукова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14458-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520156>

3. Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 187 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01142-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511984>

Литература для самостоятельного изучения

1. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебное пособие для вузов / И. М. Лифиц. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 408 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15784-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509696>

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business

2. Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4 Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Оптимизация торгового ассортимента:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Тестирование	+
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Универсальные компетенции (УК):

УК-2 - Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	УК-2.1: Знать:	УК-2.2: Уметь:	УК-2.3: Владеть (иметь навыки):
	основные виды задач профессиональной деятельности и способы их решения с учетом оптимального использования имеющихся ресурсов и правовых ограничений, действующие правовые нормы; принципы и методы декомпозиции задач и анализа имеющихся ресурсов и ограничений	определять перечень задач профессиональной деятельности, ранжировать их по степени важности, находить оптимальные способы их решения с учетом имеющихся ресурсов и правовых норм; разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов	навыками построения задач профессиональной деятельности и определения способов их решения с учетом оптимального использования имеющихся ресурсов и правовых норм; технологиями разработки и реализации проектов в рамках поставленных задач, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере; методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах

Пороговый	Понятие товарного (торгового) ассортимента, его основные характеристики и принципы формирования	Решать задачи формирования и управления торговым ассортиментом	Навыками информационного обеспечения задач управления торговым ассортиментом
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Источники формирования торгового ассортимента	Решать задачи по подбору поставщиков для обеспечения торгового ассортимента	Навыками поиска и анализа информации для принятия решений о наполнении торгового ассортимента
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	Область решений, направленных на оптимизацию торгового ассортимента	Определять решения по оптимизации торгового ассортимента с учетом требований рынка	Навыками построения оптимального торгового ассортимента с учетом ресурсов предприятия, источников поставок и требований покупателей

УК-10 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	УК-10.1: Знать:	УК-10.2: Уметь:	УК-10.3: Владеть (иметь навыки):
	технологии информационного и экономического обоснования принятия управленческих решений в торговом бизнесе; основы прогнозирования и оценки экономической эффективности мероприятий по совершенствованию предпринимательской деятельности	принимать обоснованные экономические решения в предпринимательской деятельности	методами экономического обоснования управленческих решений в торговом бизнесе; навыками оценки экономической эффективности мероприятий по развитию предпринимательской деятельности
Пороговый	Технологии информационного и экономического обоснования оптимизации торгового ассортимента	Определять выбор прогрессивных технологий информационного и экономического обоснования оптимизации торгового ассортимента	Навыками применения технологий информационного и экономического обоснования оптимизации торгового ассортимента
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Методологию прогнозирования покупательского спроса и состояния рыночной среды в целом	Уметь осуществлять прогнозирование ключевых параметров конъюнктуры рынка	Навыками прогнозирования конъюнктуры рынка в целях оптимизации торгового ассортимента
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	Методы оценки эффективности принятия решений по	Уметь осуществлять расчет экономической эффективности принятия	Навыками оценки эффективности принятия решений по оптимизации торгового ассортимента

	оптимизации торгового ассортимента	решений по оптимизации торгового ассортимента	
--	------------------------------------	---	--

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-3 - Способен оптимизировать ассортиментно-ценовую и сервисную политику предприятия в соответствии с цифровой экономикой, учитывать характеристики целевой аудитории и партнеров в бизнес-среде

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-3.1: Знать:	ПК-3.2: Уметь:	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки):
	основы проектирования предпринимательской деятельности с учетом особенностей субъектов микросреды и факторов макросреды предприятия	проектировать предпринимательской деятельности и адаптировать ее к изменениям внешней микро- и макросреды, развивать ее в цифровом пространстве на основе современным информационно-коммуникационных технологий	навыками проектирования предпринимательской деятельности, ее адаптации к изменениям на рынке, к требованиям цифровой экономики
Пороговый	Основы проектирования ассортиментной матрицы торгового предприятия	Разрабатывать ассортиментной матрицы торгового предприятия с учетом потребностей покупателей, специализации торгового предприятия и рекомендаций поставщиков	Навыками проектирования ассортиментной матрицы торгового предприятия с учетом потребностей покупателей, специализации торгового предприятия и рекомендаций поставщиков
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Методы изучения рыночной среды, обеспечивающих обоснование ассортиментной политики торгового предприятия	Планировать и организовать исследования конъюнктуры рынка в целях формирования информационного обеспечения решений по оптимизации торгового ассортимента	Навыками исследования конъюнктуры рынка в целях формирования информационного обеспечения решений по оптимизации торгового ассортимента
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	Цифровой инструментарий для торговой аналитики	Применять цифровые инструменты для сбора, обработки и анализа данных для принятия решений по оптимизации торгового ассортимента	Навыками применения цифровых инструментов для сбора, обработки и анализа данных для принятия решений по оптимизации торгового ассортимента

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный

		обучения по программе		
1.	Основы ассортиментной политики торгового предприятия	УК-2.1, УК-2.2, УК- 2.3, УК-10.1, УК-10.2, УК-10.3, ПК-3.1, ПК- 3.2, ПК-3.3	Оценка докладов Тестирование	Зачет
2.	Формирование и управление ассортиментом в торговле	УК-2.1, УК-2.2, УК- 2.3, УК-10.1, УК-10.2, УК-10.3, ПК-3.1, ПК- 3.2, ПК-3.3	Оценка докладов Тестирование	Зачет

6.4.Оценочные материалы для текущего контроля

<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=2025>

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Основы ассортиментной политики торгового предприятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Многоуровневая модель представления товара Ф. Котлера, В. Благоева. 2. Мультиатрибутивная модель товара Ж.Ж. Ламбена. 3. Товар и услуга как важные элементы рыночного предложения. 4. Основные принципы классификации товаров в маркетинге. 5. Специфические факторы формирования товарной политики на рынке B2B. 6. Характерные отличия торгового и категорийного менеджмента. 7. Концепции производственного предприятия: максимальное использование сырьевых возможностей; решение проблем своих покупателей; ориентация на определенное научное направление. 8. Концепции торгового предприятия: ориентация на широкий круг проблем покупателя; ориентация на комплексное решение определенной проблемы покупателя; ориентация на решение одной проблемы покупателя.
Формирование и управление ассортиментом в торговле	<ol style="list-style-type: none"> 9. Специфические факторы формирования производственного и торгового ассортимента. 10. Характеристика стадий разработки товара 11. Подходы к тестированию товара и рынка. 12. Условия эффективной марочной политики фирмы. 13. Критерии сегментирования и характеристики сегментов потребительского рынка (на примере конкретных товаров и услуг) 14. Маркетинговые аспекты изучения потребителей 15. Анализ поведения потребителей 16. Анализ отношения потребителя к товару 17. Концепция жизненного цикла товара 18. Конкурентоспособность товара и методы ее оценки

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций

<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=2025>

Цель регулирования ассортимента торговых предприятий:

- приведение ассортимента товаров в соответствие со спросом
- приведение ассортимента товаров в соответствие с доходами населения
- приведение ассортимента товаров к объемам оборота
- приспособление ассортимента товаров к динамике рыночных процессов
- приведение ассортимента товаров к конкурентным позициям фирмы

Методы регулирования торгового ассортимента используются на торговых предприятиях

- расширение, углубление
- разработка, рост, зрелость, спад
- замена, распродажа
- сжатие

Рациональный ассортимент представляет собой

- набор товаров, наиболее полно удовлетворяющий реально обоснованные потребности, которые обеспечивают максимальное качество жизни при определенном уровне развития науки, техники и технологии
- набор товаров удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом для потребителя при минимальных затратах на их проектирование, разработку, производство и доведение до потребителей
- набор товаров, реализация которого обеспечивает сокращение издержек обращения
- действительный набор товаров имеющийся в конкретной организации изготовителя или продавца

Оптимальный ассортимент представляет собой

- набор товаров разных групп, видов, наименований, отличающихся большим разнообразием
- набор товаров удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом для потребителя при минимальных затратах на их проектирование, разработку, производство и доведение до потребителей
- набор товаров, удовлетворяющий минимум потребностей по минимальной цене
- набор товаров представленный значительным количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров, которые удовлетворяют разнообразные потребности.

Формирование ассортимента представляет собой

- процесс подбора групп, видов и разновидностей товара в соответствии со спросом населения
- процесс формирования спроса на виды и разновидности товары, на предполагаемый ассортимент
- процесс завоза товаров на предприятие от поставщиков, "заполнение" ассортимента
- процесс размещения товаров в торговом пространстве торгового зала магазина

Полнота ассортимента определяется как

- бесперебойное наличие в продаже товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем
- наличие в ассортименте всех, характерных для конкретного типа розничного -предприятия товарных групп
- количеством наименований, полностью отражающих производственный ассортимент
- соответствие фактического наличия товаров на торговом предприятии разработанному ассортиментному перечню

Устойчивость ассортимента в розничной торговом предприятии отражает

- соотношение новых наименований товаров в магазине к общему числу наименований, предлагаемых за период
- соотношение фактического количества разновидностей товаров в момент проверки к количеству товаров, предусмотренному ассортиментным перечнем
- соотношение фактического количества новых разновидностей товаров в момент проверки к среднему числу разновидностей, предлагаемых за период
- соотношение фактического количества разновидностей товаров в момент проверки к среднему числу разновидностей, предлагаемых за период

Широта ассортимента определяется

- количеством товарных групп
- количеством разновидностей товаров в рамках товарной группы
- количеством наименований товара (ассортиментных позиций)
- количеством товаров, указанных в ассортиментном перечне

Мороженое относится к товарам

- твердо сформулированного спроса
- альтернативного спроса
- импульсивного спроса
- особого спроса

В соответствии с принятой в товароведении учебной классификацией ассортимента, сливочное масло относится к группе

- пищевых жиров
- гастрономических товаров
- вкусовых товаров
- молочных продуктов

Под новым товаром в маркетинге понимаются следующие типы товаров

- качественно новый товар, аналогов которому на рынке до его появления не было
- товар, несущий в себе коренное усовершенствование и допускающий наличие на рынке товаров, по своему назначению способных и до появления на рынке удовлетворять аналогичные потребности потребителей
- товар, уже обращающийся на рынке, но с некоторыми усовершенствованиями, не изменяющими коренным образом его характеристики
- товар рыночной новизны
- все вышеперечисленное верно

Переменная часть ассортимента удовлетворяет

- твердо сформулированный спрос
- альтернативный спрос
- импульсивный спрос
- твердо сформулированный и альтернативный
- альтернативный и импульсивный

Магазин спортивной одежды представляет собой розничное торговое предприятие

- узкоспециализированное
- специализированное
- с комбинированным
- со смешанным ассортиментом

К товарам простого ассортимента относятся

- парафиновые свечи
- обувь
- одежда
- сахар

Внутригрупповой ассортимент представляет собой

- перечень товарных групп, включенных в номенклатуру
- перечень видов товаров
- перечень разновидностей товаров
- детализация группового ассортимента по видам и разновидностям товаров
- детализация ассортимента по видам в рамках каждой товарной группы

В основу группировки товаров по комплексности спроса покупателей положен следующий признак

- половозрастной признак
- особенности образа жизни и проведения досуга
- желание приобрести все необходимые товары для решения конкретной задачи
- все вышеперечисленное

Шторы на окна относятся к следующей группе непродуктивных товаров

- товары культурного обихода

- текстильные штучные изделия
- предметы домашней обстановки
- товары хозяйственного и бытового назначения

К гастрономическим товарам относятся

- крупа
- сахар
- кофе
- алкогольные напитки
- грибы

Ассортиментная стратегия представляет собой

- формирование ассортимента товаров на предприятии
- регулирование ассортимента товаров на предприятии
- реализация товаров
- долговременный курс товарной политики
- курс товарной политики предприятия, рассчитанный на краткосрочную перспективу

Принцип, обеспечивающим широкую экономию на масштабах деятельности фирмы за счет взаимной поддержки различных товарных групп называется

- принципом синергизма
- принципом стратегической гибкости
- принципом экономичности
- принципом конгломератного построения ассортимента

Методы формирования ассортимента товаров

- по видам спроса
- сезонному признаку
- +по потребительским комплексам
- по товарному перечню
- по производителям

Ассортимент товаров предназначен для

- удовлетворения потребностей потребителей
- регламентирования определенной профессиональной деятельности
- учета товарных запасов
- разработки стандартов

По местонахождению товаров различают ассортимент

- простой, сложный
- реальный, прогнозируемый
- локальных и федеральных торговых сетей
- промышленный, торговый

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Основы ассортиментной политики торгового предприятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ассортимент товаров. Ассортиментные группы. 2. Ширина и глубина товарного ассортимента. 3. Сопоставимость ассортимента. 4. Классификация ассортимента: групповой, видовой, марочный, развернутый, смешанный. 5. Свойства и показатели ассортимента. 6. Торговый ассортимент. 7. Товарный ассортимент. 8. Широкий и узкий ассортимент

	<p>9. Критерии классификации товаров</p> <p>10. Виды ассортимента товаров</p> <p>11. Полезные свойства товара.</p> <p>12. Место ассортиментной политики в комплексе маркетинга</p>
Формирование и управление ассортиментом в торговле	<p>13. Процесс управления ассортиментом.</p> <p>14. Формирование товарного ассортимента</p> <p>15. Факторы, влияющие на формирование товарного ассортимента.</p> <p>16. Принципы формирования товарного ассортимента: соответствие ассортимента товара характеру спроса, комплексное удовлетворение спроса, обеспечение достаточной полноты, широты и глубины.</p> <p>17. Основные и дополнительные факторы, влияющие на формирование ассортимента.</p> <p>18. Изучение среды как этап разработки ассортиментной политики</p> <p>19. Использование проектирования маркетинговых исследований при разработке товарного ассортимента компании</p> <p>20. Выявление потребностей потребителей и определение направлений их изменения</p> <p>21. Анализ покупательского поведения</p> <p>22. Факторы, влияющие на качественное состояние потребностей</p> <p>23. Методы исследования потребителей</p> <p>24. Вторичная информация в процессе разработки ассортиментной политики. Преимущества и недостатки вторичной информации</p> <p>25. Первичная информация в ассортиментной политике. Способы сбора первичной информации</p> <p>26. Фокус-группа как метод формирования товарного ассортимента</p> <p>27. Проекционные методы. Виды проекционных методов. Использование проекционных методов при формировании ассортимента</p> <p>28. Анкетирование как этап разработки ассортимента товаров фирмы. Этапы разработки анкеты</p> <p>29. Анализ информации как этап разработки ассортиментной политики</p> <p>30. Результаты маркетингового исследования как основа разработки ассортиментной стратегии компании. Сегментационные стратегии</p>

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	УК-2, УК-10, ПК-3
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне