

Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»



А.В. Егоров

«30» 06 2025

Регистрационный № УД- 6577-25/уч.

АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА

Учебная программа учреждения образования
по учебной дисциплине для специальности
6-05-0413-02 «Товароведение»

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта общего высшего образования ОСВО 6-05-0413-02-2023 и учебного плана по специальности 6-05-0413-02 «Товароведение», профилизация «Товарный консалтинг и управление закупками».

СОСТАВИТЕЛИ:

Н.Е. Свирейко, заведующий кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

Л.С. Климченя, доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Е.Ф. Волонцевич, заведующий отделом развития сферы услуг Государственного научного учреждения «Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономики Республики Беларусь», кандидат экономических наук, доцент;

М.М. Петухов, заведующий кафедрой товароведения и экспертизы товаров учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат технических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 8 от 13.03.2025 г.);

Методической комиссией по специальностям «Товароведение и экспертиза товаров», «Товароведение», «Товароведение и торговое предпринимательство» учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 5 от 03.06.2025 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 6 от 25.06.2025 г.).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Ассортиментная политика» направлена на подготовку специалистов, способных выявлять факторы, определяющие ассортимент и объемы закупок товаров в оптовых и розничных торговых организациях, принимать правильное решение о выборе поставщиков, разрабатывать планы закупок отдельных видов товаров.

В условиях конкуренции одним из способов создания конкурентного преимущества для торговой организации является эффективная ассортиментная политика, в рамках которой принимаются решения о широте, глубине, структуре и обновляемости ассортимента. При правильном выборе ассортиментной политики максимальным образом удовлетворяется спрос потребителей, что обеспечивает рост продаж и рентабельную работу торговой организации.

Профессиональная деятельность товароведов связана в основном с ассортиментом товаров, который постоянно изменяется, методами и инструментами реализации ассортиментной политики, управлением ею, что обуславливает важность изучения учебной дисциплины «Ассортиментная политика».

Цель преподавания учебной дисциплины «Ассортиментная политика» – формирование системы профессиональных знаний, практических навыков и умений в области ассортиментной политики торговой организации.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- обеспечить теоретическую подготовку будущих специалистов и сформировать у них представление о видах, свойствах и показателях ассортимента товаров, ассортиментной политике торговой организации;
- привить практические навыки применения методов формирования и анализа ассортимента, выбора поставщиков;
- ознакомить с современными подходами к формированию торгового ассортимента и управлению им;
- выработать умения в области разработки ассортиментной стратегии и оптимизации торгового ассортимента.

В результате изучения учебной дисциплины «Ассортиментная политика» формируется следующая **специализированная компетенция**:

- выявлять факторы, определяющие объемы закупок в оптовых и розничных торговых организациях, на основе анализа конкурентных преимуществ отдельных поставщиков принимать правильное решение об их выборе, разрабатывать годовые и оперативно-календарные планы закупок.

В результате изучения учебной дисциплины обучаемый должен

знать:

- сущность ассортиментной политики торговой организации, ее цели и задачи;
- основные факторы, определяющие ассортиментную политику торговой организации;
- составляющие ассортиментной политики;

- нормативные правовые документы, регулирующие ассортимент торговой организации;
- современные методы анализа ассортимента товаров и ассортиментной политики организации;
- принципы и этапы формирования ассортимента товаров в оптовой и розничной торговле;
- виды ассортиментных стратегий и способы оптимизации торгового ассортимента;

уметь:

- формировать ассортимент;
- выделять категории в ассортименте и составлять ассортиментную матрицу;
- проводить анализ ассортимента товаров и оценку эффективности ассортиментной политики;
- выявлять потребность в товарах и осуществлять выбор поставщиков;

иметь навык:

- владения инструментарием изучения спроса и анализа ассортимента товаров;
- владения методами оценки показателей ассортимента и товарных запасов;
- практического решения задач формирования ассортимента товаров и управления им в торговых организациях.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развивать свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Учебная дисциплина «Ассортиментная политика» относится к модулю «Управление закупками в торговле» компонента учреждения образования.

Содержание учебной дисциплины «Ассортиментная политика» опирается на изучение студентами учебных дисциплин «Теоретические основы товароведения», «Организация и технология торговли». Учебная дисциплина «Ассортиментная политика» необходима для изучения учебной дисциплины «Ценообразование в торговле».

Формы получения образования: дневная, заочная (на базе ССО).

В соответствии с учебным планом университета на изучение учебной дисциплины отводится:

- для дневной формы получения образования: общее количество учебных часов – 108, аудиторных – 56 часов, из них лекции – 28 часов, практические занятия – 28 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

5 семестр – лекции – 28 часов, практические занятия – 28 часов.

Самостоятельная работа студента – 52 часа.

- для заочной формы получения образования (на базе ССО): общее

количество учебных часов – 108, аудиторных – 12 часов, из них лекции – 6 часов, практические занятия – 6 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

5 сессия – лекции – 2 часа.

6 сессия – лекции – 4 часа, практические занятия – 6 часов.

Самостоятельная работа студента – 96 часов.

Трудоемкость – 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации - зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Ассортимент товаров как объект управления

Подходы к рассмотрению ассортимента товаров: отраслевой, функциональный, целевой и товароведческий. Различие между ассортиментом и товарной номенклатурой. Виды ассортимента по местонахождению товаров, широте и глубине охвата товаров, степени удовлетворения потребностей, характеру потребностей, характеру взаимосвязи между товарами, степени вовлеченности покупателя в процесс покупки.

Критерии отбора товаров с целью включения их в ассортимент. Классификация товаров, составляющих ассортимент, на основе покупательских привычек, потребительского восприятия, по степени интенсивности спроса, характеру взаимодействия, времени потребления, характеру спроса, товарному поведению и др. Марочный ассортимент: товарная марка производителя, совместный (дистрибьюторский) бренд, частная торговая марка.

Свойства ассортимента товаров: широта, глубина, полнота, устойчивость, новизна, структура, насыщенность, рациональность и гармоничность. Типы ассортимента товаров по широте и глубине. Стратегическая роль ассортимента товаров.

Тема 2. Ассортиментная политика промышленного предприятия

Маркетинговый и управленческий подходы к определению ассортиментной политики предприятия. Цели ассортиментной политики промышленного предприятия. Факторы, влияющие на формирование промышленного ассортимента товаров: общие и специфические. Особенности и принципы формирования ассортимента товаров производителем. Основные условия в области ассортиментной политики. Рационализация существующего ассортимента на основе анализа спроса и анализа прибыльности товаров.

Инновации и разработка нового товара. Виды новых товаров. Этапы создания новых товаров. Цели вывода новых товаров на рынок. Причины неудач новых товаров.

Виды ассортиментных стратегий промышленного предприятия. Матрица «товар – рынок». Понятие диверсификации и ее виды.

Тема 3. Ассортиментная политика торговой организации

Сущность ассортиментной политики торговой организации, ее цели и задачи на стратегическом, тактическом и оперативном уровнях. Классификация торговых организаций по виду и показателям ассортимента: продовольственные и непродовольственные магазины, специализированные и неспециализированные.

Стадии жизненного цикла ассортимента торговой организации. Элементы и этапы разработки ассортиментной политики в торговле.

Маркетинговые мероприятия ассортиментной политики. Изучение покупательского спроса. Изучение предложения конкурентов. Изучение предложения поставщиков. Определение приемлемого уровня цен на товары.

Определение материальных возможностей торговой организации.

Коммерческие мероприятия ассортиментной политики. Выбор поставщиков. Подходы к выбору поставщиков. Критерии выбора поставщиков. Оценка надежности поставщиков. Определение ассортимента и объема закупок товаров. Контроль за соблюдением условий поставки.

Тема 4. Формирование торгового ассортимента

Формирование ассортимента товаров: понятие, цели и задачи. Принципы формирования ассортимента товаров в розничной торговле. Общие и специфические факторы, влияющие на формирование торгового ассортимента. Этапы формирования торгового ассортимента. Особенности формирования ассортимента в различных форматах торговли.

Методы формирования ассортимента в розничной торговле. Метод ассортиментного перечня. Формирование ассортимента по потребительским комплексам. Современные концепции формирования ассортимента товаров. Основные направления формирования торгового ассортимента.

Особенности и принципы формирования ассортимента в организациях оптовой торговли. Факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров в оптовой торговле. Структура ассортимента товаров в оптовой торговле. Ассортиментно-ценовые стратегии оптовых торговых организаций.

Тема 5. Анализ ассортимента товаров

Виды показателей ассортимента товаров.

Общий алгоритм анализа ассортимента товаров и его этапы. Определение источников информации об ассортименте товаров.

Классификация и общая характеристика методов анализа ассортимента.

Методы анализа структуры ассортимента. ABC-анализ. Кросс-категориальный анализ. Анализ портфеля товарных марок. Использование адаптированной матрицы роста – рыночной доли (матрицы БКТ).

Анализ стабильности ассортимента. Расчет коэффициентов вариации и XYZ-анализ. Анализ статуса каждого товара в ассортиментной матрице (совмещенный ABC- и XYZ-анализ).

Анализ ассортимента с помощью кривой жизненного цикла товаров. Ранговый анализ ассортимента. Матрица совместных покупок. Анализ эффективности продаж по экономическим показателям. Маржинальные методы анализа ассортимента. FRM- и QRS-анализ. Анализ ассортимента по методу Дибба-Симкина. Матрица «Маркон». Прочие методы анализа ассортимента товаров и эффективности ассортиментной политики.

Тема 6. Управление торговым ассортиментом

Управление ассортиментом товаров: сущность, цель и задачи, принципы. Основные этапы управления торговым ассортиментом. Элементы управления ассортиментом. Функции по управлению торговым ассортиментом: планирование, организация, координация и контроль ассортимента.

Эволюция подходов к управлению ассортиментом товаров.

Концепция управления ассортиментом Ф. Котлера. Анализ товарной линии и принятие решений о длине товарной линии, необходимости обновления, корректировке или сокращении.

Концепция управления ассортиментом по товарным категориям (категорийный менеджмент). Виды стратегий развития товарной категории. Формирование стратегии развития товарной категории. Порядок и правила построения ассортиментной матрицы. Структурирование и систематизация ассортимента. Распределение ассортимента по товарным категориям, определение их структуры и роли. Балансировка ассортимента. Оптимизация структуры товарной категории. Наступательные и оборонительные стратегии развития товарной категории. Корректировка цен на товары внутри категорий. Распределение торговых площадей внутри категорий.

Методика эффективного отклика на запросы клиентов ECR/CM. Основные преимущества и недостатки управления ассортиментом по товарным категориям.

Особенности и этапы управления ассортиментом в розничных торговых сетях.

Товарные запасы и их роль в управлении ассортиментом. Управление товарными запасами в торговле: значение, основные элементы и их характеристика. Методы оценки товарных запасов.

Тема 7. Разработка ассортиментной стратегии и оптимизация торгового ассортимента

Понятие и сущность ассортиментной стратегии. Виды маркетинговых стратегий управления ассортиментом товаров: стратегии сегментации рынка потребителей, позиционирования товаров, целевого рынка.

Формирование ассортиментной стратегии. Оценка потенциала торговой организации. Анализ территории торгового района, прогноз продаж, расчет ёмкости рынка по отдельным сегментам, анализ структуры потребления, построение карты стратегических групп.

Оценка конкурентных преимуществ и выбор конкурентной стратегии: лидерство по издержкам, дифференциация или индивидуализация, оптимизация ассортимента, концентрация на основе низких издержек или дифференциации ассортимента. Используемые розничными торговыми сетями стратегии формирования ассортимента.

Оптимизация ассортимента. Этапы оптимизации ассортимента. Способы и методы оптимизации торгового ассортимента.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА»

Дневная форма получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы				
						лекции	практические занятия	семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
5 семестр										
Тема 1	Ассортимент товаров как объект управления	2							[1], [2], [7], [8], [10], [12], [18], [21], [22]	Экспресс-опрос
Тема 1	Ассортимент товаров как объект управления		2						[1], [2], [7], [8], [10], [12], [18], [21], [22]	Опрос, тест
Тема 2	Ассортиментная политика промышленного предприятия	2				2			[3], [11]	Дискуссия, реферат
Тема 2	Ассортиментная политика промышленного предприятия		4						[3], [11]	Опрос, контрольная работа № 1
Тема 3	Ассортиментная политика торговой организации	4							[1], [3], [11], [12],[14], [18], [23], [24]	Дискуссия
Тема 3	Ассортиментная политика торговой организации		2				2		[1], [3], [11], [12],[14], [18], [23], [24]	Опрос, выполнение задания
Тема 4	Формирование торгового ассортимента	4							[3], [9], [11], [16], [17]	Дискуссия

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Тема 4	Формирование торгового ассортимента		4						[3], [9], [11], [16], [17]	Опрос, контрольная работа №2
Тема 5	Анализ ассортимента товаров	4				2			[1-3], [13]	Дискуссия, реферат
Тема 5	Анализ ассортимента товаров		6						[1-3], [13]	Опрос, решение задач
Тема 6	Управление торговым ассортиментом	4							[2], [4-6], [8], [9], [13-15], [20]	Дискуссия
Тема 6	Управление торговым ассортиментом		4						[2], [4-6], [8], [9], [13-15], [20]	Опрос, контрольная работа № 3
Тема 7	Разработка ассортиментной стратегии и оптимизация торгового ассортимента	4							[1], [2] [8], [10], [13-15]	Дискуссия
Тема 7	Разработка ассортиментной стратегии и оптимизация торгового ассортимента		4						[1], [2] [8], [10], [13-15]	Опрос
	Итого 5 семестр	24	26			4	2			Зачет
	Всего часов	24	26			4	2			

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА»

Заочная форма получения высшего образования (на базе ССО)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия		
5 сессия							
Тема 1	Ассортимент товаров как объект управления	2				[1], [2], [7], [8], [10], [12], [18], [21], [22]	Экспресс-опрос
	Итого 5 сессия	2					
6 сессия							
Тема 2	Ассортиментная политика промышленного предприятия	1				[3], [11]	Дискуссия
Тема 3	Ассортиментная политика торговой организации	1				[1], [3], [11], [12],[14], [18], [23], [24]	Дискуссия
Тема 4	Формирование торгового ассортимента	2				[3], [9], [11], [16], [17]	Дискуссия
Тема 5	Анализ ассортимента товаров		2			[1-3], [13]	Опрос, решение задач
Тема 6	Управление торговым ассортиментом		2			[2], [4-6], [8], [9], [13-15], [20]	Опрос
Тема 7	Разработка ассортиментной стратегии и оптимизация торгового ассортимента		2			[1], [2] [8], [10], [13-15]	Опрос
	Итого 6 сессия	4	6				Зачет
	Всего часов	6	6				

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная:

1. Каплина, С. А. Управление ассортиментом товаров : учебник / С. А. Каплина. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2020. – 228 с.
2. Основы управления ассортиментом товаров : учебное пособие / С. В. Келейникова, С. М. Солдаткина, Е. В. Копылова [и др.]. – Москва : КноРус, 2024. – 144 с. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система BOOK.ru. – URL: <https://book.ru/book/954524> (дата обращения: 13.03.2025).

Дополнительная:

3. Куликова, Н. Р. Управление ассортиментом товаров : учеб. пособие / Н. Р. Куликова. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2016. – 239 с.
4. Максимец, Н. В. Мерчандайзинг с основами ассортиментной политики : учебное пособие / Н. В. Максимец. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2017. – 100 с. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система Znanium. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1873023> (дата обращения: 13.03.2025).
5. Тверской, М. Ю. Retailing для русскоговорящих. Управление предприятием розничной торговли : [ассортимент, интерфейс, логистика]. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2022. – 479 с.
6. Рыжиков, С. Н. Управление ассортиментом товаров : учебник / С. Н. Рыжиков, Ю. М. Демидова. – Москва : КноРус, 2024. – 322 с. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система BOOK.ru. – URL: <https://book.ru/book/953132> (дата обращения: 12.03.2025).
7. Бузукова, Е. А. Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом в рознице / под ред. С. Сысоевой. – 2-е изд. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2016. – 414 с.
8. Сысоева, С. В. Большая книга директора магазина / С. В. Сысоева, Г. Г. Крок. – СПб. : Питер, 2020. – 528 с.
9. Магомедов, Ш. Ш. Управление товарным ассортиментом и запасами: учебник для бакалавров / Ш. Ш. Магомедов. – 2-е изд. – М. : Дашков и К°, 2020. – 174 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система Znanium. – URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=358159> (дата обращения: 13.03.2025).
10. Макурин, М. Г. Секреты эффективного управления ассортиментом: практическое пособие / М. Г. Макурин. – М. : Финансы и статистика, 2021. – 124 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система Znanium. – URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=382022> (дата обращения: 12.03.2025).
11. Зотов, В. В. Ассортиментная политика фирмы: учебно-практическое пособие / В. В. Зотов. – М. : Эксмо, 2006. – 240 с.

12. Толмачева, И. А. Ассортиментная политика предприятий: учеб. пособие / И. А. Толмачева. – Хабаровск : РИЦ ХГУЭП, 2016. – 92 с.
13. Сысоева, С. В. Категорийный менеджмент. Управление ассортиментом в рознице / С. В. Сысоева, Е. А. Бузукова. – СПб. : Питер, 2016. – 400 с.
14. Новоселова Н. А. Оперативное управление в розничной торговле / Н. Новоселова, С. Сысоева. – СПб. [и др.] : Питер, 2019. – 287 с.
15. Мещерякова, А. И. Управление товарным ассортиментом торговой компании (монография) / А. И. Мещерякова. – М.: Маркет ДС, 2017. – 76 с.
16. Киселев, В. М. Категорийный менеджмент: Учебное пособие / В. М. Киселев, М. А. Николаева. – М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 208 с. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система Znanium. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1015905> (дата обращения: 16.03.2025).
17. Депутатова, Е. Ю. Качество и культура торгового обслуживания в контексте влияния на конкурентоспособность в розничной торговле : учебное пособие / Е. Ю. Депутатова, А. О. Зверева, С. Б. Ильяшенко. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 182 с. – Текст : электронный // Университетская библиотека online. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720320> (дата обращения: 16.03.2025).
18. Памбухчиянц, О. В. Основы коммерческой деятельности : учебник / О. В. Памбухчиянц. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 260 с. – Текст : электронный // Университетская библиотека online. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720255> (дата обращения: 16.03.2025).
19. Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли : учебник / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. – 14-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 348 с. – Текст : электронный // Университетская библиотека online. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720321> (дата обращения: 16.03.2025).
20. Ковалев, В. А. Управление розничным торговым предприятием : учебное пособие / В. А. Ковалев, Е. А. Кипервар, А. И. Чумаков. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2020. – 151 с. – Текст : электронный // Университетская библиотека online. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683225> (дата обращения: 16.03.2025).

Нормативные правовые акты:

21. Об изменении Закона Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» : Закон Республики Беларусь от 04.01.2021 г. N 81-З // iLex : информ. правовая система (дата обращения: 20.03.2025).
22. О защите прав потребителей : Закон Республики Беларусь от 09.01.2002 г. N 90-З : ред. от 22.04.2024 г. // iLex : информ. правовая система

(дата обращения: 20.03.2025).

23. О продаже отдельных видов товаров, осуществлении общественного питания и порядке разработки, утверждения и согласования перечня товаров, обязательных к наличию для реализации в торговом объекте : Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 22.07.2014 г. N 703 : ред. от 06.12.2024 г. : с изм. и доп., вступившими в силу с 18.01.2025 г. : вместе с «Правилами продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания», «Положением о порядке разработки, утверждения и согласования перечня товаров, обязательных к наличию для реализации в торговом объекте» // іlex : информ. правовая система (дата обращения: 20.03.2025).

24. О классификации торговых объектов по видам и типам : Постановление Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 07.04.2021 г. N 23 : ред. от 17.10.2024 г. // іlex : информ. правовая система (дата обращения: 20.03.2025).

Перечень вопросов для зачета

1. Подходы к рассмотрению ассортимента товаров.
2. Виды ассортимента.
3. Критерии отбора товаров с целью включения их в ассортимент.
4. Классификация товаров, составляющих ассортимент.
5. Марочный ассортимент.
6. Свойства ассортимента товаров.
7. Стратегическая роль ассортимента товаров.
8. Маркетинговый и управленческий подходы к определению ассортиментной политики предприятия.
9. Цели ассортиментной политики промышленного предприятия.
10. Факторы, влияющие на формирование промышленного ассортимента товаров.
11. Принципы формирования ассортимента товаров производителем.
12. Основные условия в области ассортиментной политики.
13. Рационализация существующего ассортимента.
14. Виды новых товаров.
15. Этапы создания новых товаров.
16. Причины неудач новых товаров.
17. Виды ассортиментных стратегий промышленного предприятия.
18. Понятие диверсификации и ее виды.
19. Классификация торговых организаций по виду и показателям ассортимента.
20. Стадии жизненного цикла ассортимента торговой организации.
21. Сущность, цели и задачи ассортиментной политики торговой организации.
22. Элементы (этапы разработки) ассортиментной политики в торговле.
23. Маркетинговые мероприятия ассортиментной политики.
24. Коммерческие мероприятия ассортиментной политики.
25. Формирование ассортимента товаров: понятие, цель. Этапы формирования торгового ассортимента.
26. Принципы формирования ассортимента товаров в розничной торговле.
27. Общие и специфические факторы, влияющие на формирование торгового ассортимента.
28. Особенности формирования ассортимента в различных форматах торговли.
29. Методы формирования ассортимента в розничной торговле.
30. Основные направления формирования торгового ассортимента.
31. Особенности формирования ассортимента товаров в организациях оптовой торговли.
32. Факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров в оптовой торговле.

33. Структура ассортимента товаров в оптовой торговле.
 34. Ассортиментно-ценовые стратегии оптовых торговых организаций.
 35. Виды показателей ассортимента товаров.
 36. Общий алгоритм анализа ассортимента товаров и его этапы.
- Источники информации об ассортименте товаров.
37. Классификация и общая характеристика методов анализа ассортимента.
 38. Методы анализа структуры ассортимента. ABC-анализ.
 39. Кросс-категориальный анализ.
 40. Анализ портфеля товарных марок. Использование адаптированной матрицы роста – рыночной доли (матрицы БКГ).
 41. Анализ стабильности ассортимента. Расчет коэффициентов вариации и XYZ-анализ.
 42. Матрица совместных покупок.
 43. Маржинальные методы анализа ассортимента.
 44. Анализ ассортимента по методу Дибба-Симкина.
 45. FRM- и QRS-анализ.
 46. Управление ассортиментом товаров: сущность, цель и задачи, принципы.
 47. Основные этапы (элементы) управления ассортиментом.
 48. Функции по управлению ассортиментом товаров.
 49. Эволюция подходов к управлению ассортиментом товаров.
 50. Концепция управления товарным ассортиментом Ф. Котлера.
 51. Концепция управления ассортиментом по товарным категориям.
 52. Виды стратегий развития товарной категории.
 53. Формирование стратегии развития товарной категории.
 54. Порядок и правила построения ассортиментной матрицы.
 55. Особенности и этапы управления ассортиментом в розничных торговых сетях.
 56. Управление товарными запасами в торговле.
 57. Понятие и сущность ассортиментной стратегии. Виды маркетинговых стратегий управления ассортиментом товаров.
 58. Формирование ассортиментной стратегии.
 59. Основные стратегии формирования ассортимента, используемые торговыми сетями.
 60. Оптимизация ассортимента. Этапы и методы оптимизации торгового ассортимента.

Перечень тем рефератов

1. Стадии жизненного цикла ассортимента торговой организации.
2. Виды новых товаров и этапы их создания.
3. Общие и специфические факторы, влияющие на формирование торгового ассортимента.
4. Методы формирования ассортимента в розничной торговле.
5. Факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров в оптовой торговле.
6. Ассортиментно-ценовые стратегии оптовых торговых организаций.
7. ABC-анализ ассортимента товаров.
8. XYZ-анализ ассортимента товаров.
9. Использование матрицы совместных покупок для анализа ассортимента товаров.
10. Использование адаптированной матрицы роста – рыночной доли (матрицы БКГ) для анализа ассортимента товаров.
11. Использование матрицы соответствия стратегическим целям (матрицы МакКинзи) для анализа ассортимента продовольственных товаров.
12. Кросс-категориальный анализ ассортимента товаров.
13. Анализ ассортимента товаров по методу Дибба-Симкина.
14. Анализ эффективности ассортиментной политики на основе матрицы «Маркон».
15. QRS-анализ для оценки эффективности оборотных средств в развитие поставщика.
16. Методы анализа товарных запасов.
17. HML-анализ ассортимента товаров.
18. Управление ассортиментом на основе категорийного менеджмента.
19. Особенности и этапы управления ассортиментом в розничных торговых сетях.
20. Основные стратегии формирования торгового ассортимента.

Примерный перечень заданий для управляемой самостоятельной работы

1. *Тема лекции: «Ассортиментная политика промышленного предприятия».*

Подготовить реферат на примере одного белорусского предприятия-изготовителя товаров, в котором отразить вопросы:

- краткая история возникновения и развития предприятия,
- факторы и принципы формирования промышленного ассортимента,
- классификация промышленного ассортимента,
- виды новых товаров, отнесение их к товарам нового вида или обновленным (улучшенным),
- применяемая ассортиментная стратегия,
- направления рационализации ассортиментной политики.

2. *Тема практического занятия: «Ассортиментная политика торговой организации».*

Изучить классификацию торговых организаций по виду и показателям ассортимента. На примере одного торгового объекта (магазина) установить его принадлежность к продовольственным (непродовольственным) магазинам, специализированным (неспециализированным с комбинированным, смешанным или универсальным ассортиментом).

Изучить общие и специфические факторы, влияющие на формирование торгового ассортимента. Рассмотреть влияние этих факторов на примере изучаемого торгового объекта (магазина).

Ознакомиться с перечнем товаров, обязательных для реализации в данном торговом объекте, и изучить ассортимент одного из видов товаров из перечня. Сравнить ассортимент с перечнем товаров, обязательных для реализации в данном торговом объекте, сделать выводы.

3. *Тема лекции: «Анализ ассортимента».*

Пользуясь рекомендуемой учебной литературой, подготовить реферат на одну из тем, изложив сущность, достоинства и недостатки метода, примеры его применения:

АВС-анализ ассортимента товаров.

XYZ-анализ ассортимента товаров.

Совмещенный АВС- и XYZ-анализ ассортимента товаров.

Анализ ассортимента товаров с помощью кривой жизненного цикла

Ранговый анализ ассортимента товаров.

Использование матрицы совместных покупок для анализа ассортимента товаров.

Использование адаптированной матрицы роста – рыночной доли (матрицы БКГ) для анализа ассортимента товаров.

Использование матрицы соответствия стратегическим целям (матрицы МакКинзи) для анализа ассортимента товаров.

Кросс-категориальный анализ ассортимента товаров.
 Маржинальные методы анализа ассортимента товаров.
 Анализ ассортимента товаров по методу Дибба-Симкина.
 Анализ эффективности ассортиментной политики на основе матрицы «Маркон».
 Методы анализа закупочной политики торговой организации.
 QRS-анализ для оценки эффективности оборотных средств в развитие поставщика.
 Методы анализа товарных запасов.
 HML-анализ ассортимента товаров.

Организация самостоятельной работы студентов

Для получения компетенций по учебной дисциплине важным этапом является самостоятельная работа студентов.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования отводится 52 часа.

На самостоятельную работу обучающегося заочной формы получения образования на базе ССО отводится 96 часов.

Содержание самостоятельной работы обучающихся включает все темы учебной дисциплины из раздела «Содержание учебного материала».

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- самостоятельная работа в виде решения индивидуальных заданий в аудитории во время проведения практических занятий под контролем преподавателя в соответствии с расписанием учебных занятий;
- углубленное изучение разделов, тем, отдельных вопросов, понятий;
- выполнение индивидуальных заданий;
- подготовка к выполнению контрольных работ;
- подготовка к практическим занятиям, в том числе подготовка информационных и демонстративных материалов, рефератов и т.д.;
- работа с учебной, справочной, аналитической и другой литературой и материалами;
- подготовка к сдаче промежуточной аттестации.

Контроль качества усвоения знаний

Диагностика качества усвоения знаний проводится в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации.

Мероприятия *текущей* аттестации проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

контрольная работа;

реферат;
опрос;
тест;
экспресс-опрос;
учебное задание;
дискуссия.

Текущая аттестация по учебной дисциплине проводится три раза в семестр.

Результаты текущей аттестации за семестр оцениваются отметкой в баллах по десятибалльной шкале и отражаются в ведомости текущей аттестации по учебной дисциплине.

Требования к обучающемуся при прохождении промежуточной аттестации.

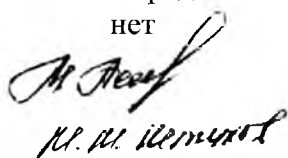
Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации (выполнения мероприятий текущего контроля) по учебной дисциплине, предусмотренной в текущем семестре данной учебной программой.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Методика формирования отметки по учебной дисциплине

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов БГЭУ. Итоговая отметка по учебной дисциплине определяется как округленная до целого сумма произведений средневзвешенного балла за текущий контроль и отметки на зачете на соответствующие весовые коэффициенты. Значения весовых коэффициентов по учебной дисциплине составляют: для текущего контроля – 0,4; для зачета – 0,6.

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ
С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Товарная экспертиза	Кафедра товароведения и экспертизы товаров	Замечаний и предложений нет  N. N. Ilyukhin	