

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”

В.Н.Шимов

“26” 04 2017 г.

Регистрационный № УД 3060-17 /уч.

КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности 1-25 81 08 «Товароведение и экспертиза товаров»

2017

СОСТАВИТЕЛЬ:

С.Л. Флерко, доцент кафедры коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Т.Г. Зорина, заведующий кафедрой экономики предпринимательства и права учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

И.В. Кашникова, доцент кафедры менеджмента учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», кандидат физико-математических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 8 от 9. 03.2017 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 4 от 19.04. 2017 г.)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Розничная торговля начала XXI века - это сложный многоуровневый и предельно консервативный бизнес. Ее основными чертами является ориентация на потребителей, низкая мобильность услуг, высокая интерактивность операций и устоявшийся высокий уровень затрат. Внедрение в практику торговых объектов категорийного менеджмента позволит торговым организациям наиболее полно удовлетворять потребности покупателей, получая максимально возможную прибыль от реализации товаров.

Учебная дисциплина «Категорийный менеджмент продовольственных товаров» относится к числу учебных дисциплин компонента учреждения высшего образования учебного плана второй ступени высшего образования, формирующих профессиональные навыки специалистов в сфере управления торговыми процессами.

Цель преподавания учебной дисциплины «Категорийный менеджмент продовольственных товаров» - получение магистрантами теоретических и практических знаний в области категорийного менеджмента продовольственных товаров и навыков управления и планирования продажами в розничных торговых объектах, позволяющих находить обоснованные управленческие решения.

Задачи учебной дисциплины:

формирование у будущих специалистов теоретических знаний в сфере управления ассортиментом продовольственных товаров;

изучение подходов к понятию категорийный менеджмент и его задач в формировании ассортимента предприятия торговли продовольственными товарами;

изучение теоретических основ классификации ассортимента по различным признакам и критериям;

оценка современного состояния продовольственного рынка по различным параметрам и в первую очередь по насыщенности товарами и адекватности их ассортимента ожиданиям потребителей;

знакомство с новейшими достижениями в области брэнд

менеджмента;

получение практических навыков анализа ассортимента современными методами;

изучение направлений, связанных с формированием конкурентной модели ассортиментной стратегии магазина;

получение навыков комплексного анализа ассортимента с оптимизацией его структуры как в целом, так по отдельным товарным категориям.

Требования к профессиональным компетенциям магистра.

Магистр должен быть способен:

АК-1. Формировать цели и задачи принятия решений;

АК-2. Проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя ответственность, разрешать проблемные ситуации;

АК-3. Самостоятельно осваивать новые методы исследований, совершенствовать и изменять производственный профиль своей профессиональной деятельности;

АК-4. Самостоятельно приобретать новые знания и умения, в том числе в областях знаний, непосредственно не связанных со сферой профессиональной деятельности;

АК-5. Использовать базы данных, пакеты прикладных программ и средства компьютерной графики;

АК-6. Генерировать новые идеи;

СЛК-2. Быть способным к сотрудничеству и работе в команде, руководить и подчиняться;

СЛК-5. Формировать и аргументировать собственные суждения и профессиональную позицию;

СЛК-6. Анализировать и принимать решения по социальным, этическим, научным и техническим проблемам, возникающим в профессиональной деятельности;

ПК-1. Определять и анализировать показатели ассортимента для достижения рациональной ассортиментной политики организации с учетом направления развития и совершенствования товаров однородных групп;

ПК-2. Классифицировать, анализировать и обобщать результаты оценки товаров по различным признакам для более полного удовлетворения спроса

потребителей разных сегментов рынка, а также для создания потребительских предпочтений и обеспечения конкурентоспособности товаров;

ПК-8. Выявлять с помощью различных средств основополагающую, коммерческую и потребительскую информацию для наиболее полного ознакомления с товаром и создания потребительских предпочтений, что позволяет стимулировать сбыт товаров;

ПК- 23. Разрабатывать и осуществлять ценовую политику предприятия;

ПК- 25. Определять степень коммерческого риска и принимать меры по его уменьшению;

ПК-27. Позиционировать предприятие, изучать и анализировать спрос, разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента;

ПК-28. Владеть современными информационными технологиями, применяемыми на предприятиях;

ПК-29. Проводить маркетинговые исследования и разрабатывать стратегию организации;

ПК- 30. Организовывать работу производственного коллектива для достижения поставленных целей;

ПК- 32. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.

В результате изучения учебной дисциплины магистрант должен:
знать:

- основную терминологию по учебной дисциплине;
- законы и закономерности формирования и развития ассортимента товаров;
- современные методы анализа и оценки и управления ассортиментом товаров;
- принципы формирования ассортимента и управления товарными потоками на всех этапах товародвижения;
- основы работы с поставщиками и покупателями;
- виды ассортимента и факторы, влияющие на его формирование;
- понятие товарной категории факторы, формирующие и сохраняющие основополагающие характеристики товаров;
- виды товарных запасов, факторы, влияющие на оборачиваемость товарного запаса;

уметь:

- рассчитывать и анализировать показатели ассортимента товаров;
- определять и проводить оптимальную ассортиментную политику торговой организации;
- эффективно использовать нормативные документы и законодательные акты в процессе коммерческой деятельности;
- продвигать и закупать товары различных ассортиментных групп;
- эффективно взаимодействовать с поставщиками товаров;
- находить способы оптимизации расходов на управление ассортиментным профилем;

владеть:

- системным представлением об организационной и экономической составляющей категорийного менеджмента;
- пониманием основных требований, предъявляемых современным бизнесом к менеджеру, ответственному за разработку и реализацию мероприятий категорийного менеджмента.

Материал, излагаемый в учебной программе, базируется на теоретических и методологических разработках отечественных и зарубежных ученых по проблемам формирования и управления ассортиментом товаров, а также на основе изучения и анализа передового мирового и отечественного опыта развития категорийного менеджмента. Учебная дисциплина «Категорийный менеджмент продовольственных товаров» тесно связана с другими учебными дисциплинами специальности, и, в первую очередь, с дисциплиной «Теоретические основы товароведения (продвинутый уровень)».

Аудиторная работа с магистрантами предусматривает чтение лекций и проведение практических занятий. Контроль знаний магистрантов осуществляется путем опросов на практических занятиях, проведения промежуточных контрольных работ, сдачи зачета.

В соответствии с учебным планом дневной формы получения высшего образования по специальности 1-25 81 08 «Товароведение и экспертиза товаров» учебная программа рассчитана на 66 часов, из них аудиторных занятий 30 часов. Распределение по видам занятий: лекций - 20 часов; практических занятий - Ючасов.

Форма текущей аттестации - зачет.

В соответствии с учебным планом заочной с формы получения высшего

образования по специальности 1-25 81 08 «Товароведение и экспертиза товаров» учебная программа рассчитана на 66 часов, из них аудиторных занятий 16 часов. Распределение по видам занятий: лекций -10 часов; практических занятий - 6 часов.

Форма текущей аттестации - зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Цели, задачи и предмет учебной дисциплины

Цели, задачи, предмет и структура учебной дисциплины «Категорийный менеджмент». Межпредметные связи с другими дисциплинами, формируемые компетенции. Основные понятия: категорийный менеджмент, категории товаров. Значение дисциплины в подготовке товароведов-менеджеров и категорийных менеджеров. Обоснование целесообразности необходимости применения категорийного менеджмента в современных условиях. Исторические аспекты возникновения категорийного менеджмента.

Должностные инструкции и полномочия менеджеров. Критерии выбора персонала, мотивация труда. Взаимодействие категорийных менеджеров с функциональными подразделениями организаций.

Тема 2. Современные подходы к понятию и классификации ассортимента

Классификация продовольственных товаров и ее виды. Маркетинговая классификация товаров.

Понятие ассортимента товаров. Товароведный, экономический и социально - экономический подход к трактовке понятия ассортимент товаров.

Товарная номенклатура и ее виды. Товарный классификатор. Ассортиментная матрица и ассортиментный минимум. Виды и критерии классификации ассортимента. Понятие структуры ассортимента. Свойства и показатели ассортимента: широта, глубина, новизна, насыщенность, устойчивость, гармоничность, рациональность. Анализ ассортимента продовольственных товаров по свойствам и показателям.

Политика государства по насыщению рынка товарами отечественного производства. Ассортиментная политика субъектов хозяйствования: понятие, сущность, задачи. Элементы ассортиментной политики субъектов хозяйствования. Порядок (этапы) разработки ассортиментной политики организации.

Товарная сегментация рынка. Общие принципы и методы формирования товарных сегментов.

Тема 3. Формирование ассортимента товаров

Общие принципы формирования ассортимента товаров. Методы оценки товарных запасов. Метод рыночная цена или стоимость восстановления товаров запасов. Метод по времени поступления товаров. Методы оценки по стоимости первого и последнего по времени поступления товара. Оборачиваемость и коэффициент оборачиваемости товара. Формулы расчета. Методы прогнозирования спроса: экспертные, статистические, совместные. Метод прогноза на основании тренда.

Опрос потенциальных потребителей. Оценка функциональной потребности. Оценка инвестиционных программ потребителей их реализуемости. Управление ассортиментом на производственной фирме и в условиях розничного торгового предприятия. Информационная система формирования и управления ассортиментом.

Тема 4. Концепция управления категориями товаров

Концепция управления категориями товаров: понятие, назначение, сущность. Сравнительная характеристика товарного и категорийного менеджмента. Концепция категорийного менеджмента как инструмент формирования ассортиментной политики.

Влияние категорийного менеджмента на изменение отношений между производителями, поставщиками и продавцами. Преимущества концепции категорийного менеджмента перед классической концепцией закупок.

Основная идея категорийного менеджмента.

Тема 5. Структура категорийного менеджмента

Цели, задачи, принципы, функции категорийного менеджмента.

Объекты категорийного менеджмента - товарные категории и процессы их товародвижения.

Признаки группирования товаров. Классификация товарных категорий на субкатегории, ассортиментные линии, торговые марки: понятия, их место в

товарной категории. Классификация товарных категорий по степени новизны, развитию и характеру спроса: новые, установившиеся, развивающиеся, комплексные, пассивного спроса, их краткая характеристика, а также по роли категорий: уникальные, приоритетные, базовые, периодические, удобные.

Типы категорийных товаров: прибыльные, привлекающие, уникальные и др. Роль товарных категорий в ассортиментном перечне товаров предприятия розничной торговли.

Субъекты управления в категорийном менеджменте, их взаимоотношения.

Категорийные менеджеры: понятия, назначение, виды, цели, задачи, квалификационные требования к ним, сфера действий, основные обязанности.

Тема 6. Этапы внедрения категорийного менеджмента в торговой организации

Подготовительный этап: обоснование целесообразности применения категорийного менеджмента, разработка плана внедрения и категорийной политики, пересмотр организационной структуры и взаимоотношений с поставщиками, составление бизнес-плана.

Основной этап: построение ассортиментной матрицы, формирование товарных категорий, определение их структуры и роли, корректировка цен, распределение торговых площадей внутри категории.

Оценочный этап: анализ и оценка результатов управления ассортиментом, мониторинг конкурентов.

Методика проведения кросс-категорийного анализа.

Тема 7. Формирование ассортиментной стратегии по товарным категориям

Конъюнктура рынка продовольственных товаров. Анализ текущей ситуации и тенденций развития. Сегментация рынка потребителей, ее этапы и критерии. Демографические, географические, социально-экономические, психографические и поведенческие признаки сегментации.

Позиционирование товаров и выбор целевых сегментов рынка. Анализ территории торгового района. Анализ торгового потенциала, прогноз продаж. Емкость рынка по отдельным сегментам. Анализ структуры потребления. Построение карты стратегических групп. Методология SWOT- анализа в определении конкурентных преимуществ организаций. Бенчмаркинг. Конкурентное позиционирование на основе конкурентных преимуществ. Позиционная стратегия участников рынка. Выбор конкурентной стратегии.

Формирование ассортиментной стратегии.

Стратегия развития товарной категории. Внутренняя конкуренция и конфликт категорий.

Анализ матрицы развития ассортимента. Оптимизация структуры товарной категории.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ»

(дневная форма получения высшего образования II ступени)

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов					Иное*	Форма контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП			
						Лекции			ПЗ
1	Цели, задачи и предмет учебной дисциплины	2						[4,61]	
2	Современные подходы к понятию и классификации ассортимента	2	2			2		[7, 81]	
3	Формирование ассортимента товаров	4	2					[1,3, 91]	
4	Концепция управления категориями товаров	4	2			2		[4, 71]	
5	Структура категорийного менеджмента	2	2				2	[4, 71]	
6	Этапы внедрения категорийного менеджмента в торговой организации	2	2					[4, Л]	
7	Формирование ассортиментной стратегии по товарным категориям	2						[4, 101]	
	Всего часов	20	10			4	2		Зачет

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ»**

(заочная форма получения высшего образования II степени)

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов					Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР		
1	Цели, задачи и предмет учебной дисциплины						[4, 61	
2	Современные подходы к понятию и классификации ассортимента		2				[7, 81	
0	Формирование ассортимента товаров	2					[1,3, 91	
4	Концепция управления категориями товаров	2	2				К, 71	
5	Структура категорийного менеджмента	2					[4,71	
6	Этапы внедрения категорийного менеджмента в торговой организации	2					[4,71	
7	Формирование ассортиментной стратегии по товарным категориям	2	2				[4Д0 1	
	Всего часов	10	6					Зачет

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы магистрантов по учебной дисциплине «Управление торгово-технологическим и процессам и»

В овладении знаниями учебной дисциплины «Управление торгово-технологическими процессами» важным этапом является самостоятельная работа магистрантов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы магистрантов являются:

- первоначально подробное ознакомление с учебной программой учебной дисциплины;

- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по учебной дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;

- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;

- подготовка к практическим занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;

- подготовка и выполнение индивидуальных заданий, защита их;

- подготовка к зачету.

Законодательные и нормативные акты:

1. Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 8 января 2014 г. № 128-3 // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 21.01.2014, 2/2126).

2. Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания и Положения о порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров, ассортиментного перечня продукции общественного питания: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 22 июля 2014 года № 703 // Над. реестр правовых актов Респ. Беларусь. - 2014 г. 24. 07 N 5/39169.

3. О перечнях товаров: постановление Министерства торговли

Республики Беларусь от 8 мая 2014 г. N 20 // Над. реестр правовых актов Респ. Беларусь. 2014 г. 7 августа N 8/28975.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

4. Сысоева, С.В. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице (+ CD) / С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. - СПб.: Питер, 2016. - 400 с.

5. Сысоева, С.В. Мерчандайзинг. Курс управления ассортиментом в рознице (+ CD) / С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. - СПб.: Питер, 2010. - 256 с.

6. Чкалова, О.В. Торговое дело: учеб пособие / О.В. Чкалова. - М.: Эксмо, 2008. - 320 с.

Дополнительная:

7. Новоселова, Н.Н. Оперативное управление в розничной торговле / Н.Н. Новоселова, С.В. Сысоева. - СПб.: Питер, 2016. - 288 с.

8. Сысоева С.В. Большая книга директора магазина 2.0. Новые технологии / С.В Сысоева, Г.Г.Крок - СПб.: Питер, 2016. - 464 с.

9. Пигунова, О.В. Коммерческая деятельность предприятия: учебное пособие / О.В. Пигунова, Е.П. Науменко. - Минск: Высшая школа, 2014. - 254 с.

10. Ковалев, К.П. Логистика в розничной торговле / К.П. Ковалев. - СПб.: Питер, 2011.-272 с.

Протокол согласования учебной программы

Название 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)
Теоретические основы товароведения (продвинутый уровень)	Товароведения продовольственных товаров	Нет	Учебную программу по учебной дисциплине «Категорийный менеджмент продовольственных товаров» рекомендовать к утверждению (протокол № 8 от 09.03.2017г)

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на 2018/2019 учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
	НЕТ	

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках (протокол № 12 от 28 июня 2018 г.)

Заведующий
кафедрой



Л.С. Климченя

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИМП

М.В. Самойлов