

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования  
“Белорусский государственный  
экономический университет”

В.Н.Шимов

“26” 04 2017 г.

Регистрационный № УД3060-17/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 бренд 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 – 10 часов.

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 степени)

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов					Иное*	Форма контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП			
						Лекции			ПЗ (СЗ)
1	Цели, задачи и предмет учебной дисциплины	2						[4, 6]	
2	Современные подходы к понятию и классификации ассортимента	2	2			2		[7, 8]	
3	Формирование ассортимента товаров	4	2					[1, 3, 9]	
4	Концепция управления категориями товаров	4	2			2		[4, 7]	
5	Структура категорийного менеджмента	2	2				2	[4, 7]	
6	Этапы внедрения категорийного менеджмента в торговой организации	2	2					[4, 7]	
7	Формирование ассортиментной стратегии по товарным категориям	2						[4, 10]	
	<b>Всего часов</b>	<b>20</b>	<b>10</b>			<b>4</b>	<b>2</b>		<b>Зачет</b>

**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			
						Лек- ции	ПЗ (СЗ)		
1	Цели, задачи и предмет учебной дисциплины							[4, 6]	
2	Современные подходы к понятию и классификации ассортимента		2					[7, 8]	
3	Формирование ассортимента товаров	2						[1, 3, 9]	
4	Концепция управления категориями товаров	2	2					[4, 7]	
5	Структура категорийного менеджмента	2						[4,7]	
6	Этапы внедрения категорийного менеджмента в торговой организации	2						[4,7]	
7	Формирование ассортиментной стратегии по товарным категориям	2	2					[4,10]	
	<b>Всего часов</b>	<b>10</b>	<b>6</b>						<b>Зачет</b>

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### *Методические рекомендации по организации самостоятельной работы магистрантов по учебной дисциплине «Управление торгово-технологическими процессами»*

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 // Нац. 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 // Нац. 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 товаро-ведения (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  
на \_\_\_\_\_ учебный год**

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
\_\_\_\_\_ (протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_)  
(название кафедры)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (инициалы, фамилия)

УТВЕРЖДАЮ:  
Декан факультета \_\_\_\_\_  
(подпись) (инициалы, фамилия)