

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

_____ В.Н.Шимов

«26» апреля 2017 г.

Регистрационный № УД 3067-17/уч.

**УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ
ТОВАРОВ**

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности

1–25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров»

СОСТАВИТЕЛИ:

Л.С. Климченя, заведующий кафедрой коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

Н.Е. Свирейко, доцент кафедры товароведения продовольственных товаров учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Е.В. Щемелева, доцент кафедры экономики предприятий Академии управления при Президенте Республики Беларусь, кандидат экономических наук, доцент;

Р.П. Валевиц, профессор кафедры экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, профессор.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

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

(протокол № 8 от 09.03.2017 г.);

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

(протокол № 4 от 19.04.2017).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа учебной дисциплины «Управление ассортиментом продовольственных товаров» разработана для обучающихся по специальности 1–25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров» (специализация 1–25 01 09 01 «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров») в соответствии с образовательным стандартом специальности и относится к дисциплинам по выбору.

Управление ассортиментом является важнейшей задачей коммерческой деятельности, маркетинга и конкурентной борьбы, актуальной как для производителей продовольственных товаров, так и для торговых организаций и торговых сетей. Решения в области управления ассортиментом товаров имеют высокую важность для обеспечения конкурентоспособности и выживаемости субъектов хозяйствования.

Программа учебной дисциплины «Управление ассортиментом продовольственных товаров» составлена в соответствии с требованиями, предъявляемыми к товароведам-экспертам, и предусматривает формирование знаний в области управления ассортиментом продовольственных товаров.

Цель преподавания учебной дисциплины – формирование системы профессиональных знаний в области ассортиментной политики, приобретение практических навыков и умений управления ассортиментом продовольственных товаров.

Задачи учебной дисциплины:

- обеспечить теоретическую подготовку будущих специалистов и сформировать у них представление о видах, свойствах и показателях ассортимента продовольственных товаров, современных подходах к управлению товарным ассортиментом;
- привить практические навыки оценки показателей ассортимента, анализа ассортимента продовольственных товаров, разработки прогнозов;
- ознакомить с концепцией категорийного менеджмента, правилами внедрения ее в управление ассортиментом продовольственных товаров;
- выработать умения в области разработки ассортиментной стратегии и оптимизации ассортимента продовольственных товаров.

Подготовка специалистов в рамках изучения учебной дисциплины должна обеспечить формирование следующих групп компетенций:

академических, включающих:

- АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;
- АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом;
- АК-3. Владеть исследовательскими навыками;
- АК-4. Уметь работать самостоятельно;
- АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем;
- АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером;

профессиональных, включающих:

- ПК-3. Управлять ассортиментом и качеством товаров, диагностировать дефекты;
- ПК-5. Руководствоваться законодательными, нормативными и техническими нормативными правовыми актами в профессиональной деятельности;
- ПК-16. Анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента и повышения эффективности деятельности предприятия;
- ПК-19. Работать с информационными базами данных, обеспечивающими оперативный торговый, складской и производственный учет товаров.

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны:

знать:

- сущность, атрибуты и свойства товара, виды и особенности спроса на продовольственные товары;
- основные понятия, касающиеся сущности, классификации, свойств и показателей ассортимента товаров, ассортиментной идентификации и фальсификации;
- современные подходы к управлению ассортиментом товаров;
- основные факторы, влияющие на формирование ассортимента продовольственных товаров;
- принципы и этапы формирования промышленного и торгового ассортимента продовольственных товаров;
- современные методы анализа ассортимента продовольственных товаров;
- виды ассортиментных стратегий и способы оптимизации торгового ассортимента;
- особенности управления марочным ассортиментом товаров;

уметь:

- классифицировать продовольственные товары, определять их ассортиментную принадлежность;
- выделять категории в ассортименте и составлять ассортиментную матрицу;
- проводить оценку показателей и анализ ассортимента продовольственных товаров;
- оптимизировать ассортиментную политику субъектов хозяйствования;

владеть:

- методами классификации и ассортиментной идентификации продовольственных товаров, работы с различными товарными категориями;
- методами оценки показателей ассортимента и товарных запасов;
- инструментарием изучения спроса и анализа ассортимента продовольственных товаров;
- навыками практического решения задач формирования и управления ассортиментом продовольственных товаров в торговых организациях.

Учебная дисциплина «Управление ассортиментом продовольственных товаров» тесно увязана с другими учебными дисциплинами по специальности, в том числе «Коммерческая деятельность», «Управление продажами», «Прикладной маркетинг (в отрасли)» и др.

В соответствии с учебным планом дневной формы получения высшего образования специализации 1–25 01 09 01 «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров» учебная программа рассчитана на 188 часов, из них аудиторных занятий – 72 часа. Распределение по видам занятий: лекции – 36 часов; практические занятия – 36 часов.

Форма текущей аттестации – экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1 Ассортимент продовольственных товаров как объект управления

Понятие ассортимента товаров. Подходы к рассмотрению ассортимента товаров. Понятие о товарной номенклатуре, товарном классификаторе, классах, товарных группах, товарных линиях, типах товаров, торговых марках, товарных единицах. Ассортиментная матрица и ассортиментный минимум.

Товар как базовая единица ассортимента. Природа товара в маркетинге и коммерческой деятельности. Подходы к рассмотрению понятия товара. Потребительная стоимость и стоимость товара.

Атрибуты товара. Мультиатрибутивная модель товара. Иерархия свойств продовольственных товаров.

Взаимосвязь потребностей и продовольственных товаров как средств их удовлетворения. Классификация потребностей. Закон возвышения потребностей и его проявление в развитии ассортимента товаров.

Классификация потребительского спроса. Виды спроса по степени удовлетворения потребностей, характеру проявления, частоте предъявления, степени зрелости, интенсивности, соответствию целям организации. Особенности спроса на продовольственные товары.

Требования, предъявляемые к продовольственным товарам. Принципы соответствия потребностям потребителей, эффективности, безопасности, совместимости и взаимозаменяемости продовольственных товаров.

Критерии отбора продовольственных товаров с целью включения их в ассортимент.

Тема 2 Виды, свойства и показатели ассортимента товаров

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. Стратегическая роль ассортимента продовольственных товаров.

Классификация продовольственных товаров, составляющих ассортимент. Требования к классификации товаров. Признаки классификации продовольственных товаров. Деление на подклассы, группы, подгруппы, виды, разновидности и наименования. Классификация продовольственных товаров на основе покупательских привычек, потребительского восприятия, по степени интенсивности спроса, характеру взаимодействия, времени потребления, характеру спроса, товарному поведению и др. Понятие о товарах «здорового» и функционального питания, специализированного назначения, органических продуктах.

Ассортиментная идентификация и фальсификация продовольственных товаров. Кодирование товаров как средство ассортиментной идентификации. Виды, признаки и разновидности ассортиментной фальсификации продовольственных товаров.

Свойства ассортимента товаров: широта, глубина, полнота, устойчивость, новизна, структура, насыщенность, рациональность и гармоничность.

Виды показателей ассортимента товаров: количественные и качественные, статические и динамические, экономические и рыночные. Показатели, характеризующие широту и разнообразие ассортимента товаров. Показатели новизны и обновления ассортимента товаров. Показатели сбалансированности структуры ассортимента товаров, его полноты и насыщенности. Показатели устойчивости, гармоничности, рациональности ассортимента товаров.

Методы оценки абсолютных и относительных показателей состава, структуры и изменений в ассортименте товаров. Кластерный анализ как один из методов изучения длины товарной линии и гармоничности ассортимента.

Тема 3 Подходы к управлению ассортиментом товаров

Управление ассортиментом товаров: сущность, цель и задачи, принципы. Основные этапы управления ассортиментом товаров. Элементы управления ассортиментом. Функции по управлению ассортиментом товаров.

Эволюция подходов к управлению ассортиментом товаров.

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

Концепция управления ассортиментом по товарным категориям (СМ-Category Management). Цели и задачи категорийного менеджмента. Необходимость и условия внедрения категорийного менеджмента, его отличительные особенности. Специфика процесса управления ассортиментом в категорийном менеджменте. Методика эффективного отклика на запросы клиентов ECR/СМ. Основные преимущества и недостатки управления ассортиментом по товарным категориям.

Концепция товарного баланса (паритета потребностей): сущность, основные черты.

Тема 4 Управление промышленным ассортиментом продовольственных товаров

Управление ассортиментом продовольственных товаров на уровне пищевой промышленности. Изучение потребностей и спроса населения в продовольственных товарах.

Ассортиментная политика промышленных предприятий. Факторы, влияющие на формирование промышленного ассортимента товаров. Особенности и принципы формирования ассортимента продовольственных товаров производителем. Основные решения 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. Прогнозирование продаж новых товаров. Стратегии внедрения новых товаров. Причины неудач новых товаров.

Виды ассортиментных стратегий промышленного предприятия. Понятие диверсификации и ее виды.

Тема 5 Управление торговым ассортиментом продовольственных товаров

Сущность, цели и задачи ассортиментной политики торговых организаций. Элементы и этапы разработки ассортиментной политики.

Процесс управления торговым ассортиментом. Выбор производителей, товаров, брендов. Выявление характера и объема спроса. Прогнозирование продаж. Формирование оптимального ассортимента товаров. Корректировка ассортимента товаров. Оценка эффективности управления ассортиментом.

Формирование ассортимента товаров: понятие, цели и задачи. Современные концепции формирования ассортимента продовольственных товаров. Основные направления формирования торгового ассортимента.

Особенности формирования ассортимента продовольственных товаров в организациях оптовой торговли. Ассортиментно-ценовые стратегии оптовых торговых организаций.

Принципы формирования ассортимента продовольственных товаров в розничной торговле. Общие и специфические факторы, влияющие на формирование торгового ассортимента. Этапы формирования торгового ассортимента. Особенности формирования ассортимента в различных форматах торговли. Виды нормативных и технических документов, определяющих ассортимент товаров. Ассортиментные перечни продовольственных товаров: понятие, влияние на реализацию товаров отечественного производства, порядок разработки и утверждения, контроль за соблюдением.

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

Сложности в управлении торговым ассортиментом. Роль информационных технологий в управлении ассортиментом товаров.

Тема 6 Анализ ассортимента продовольственных 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 БКГ).

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. QRS-анализ. Анализ ассортимента по методу Дибба-Симкина. Анализ эффективности ассортиментной политики на основе матрицы

«Маркон». Прочие методы анализа ассортимента продовольственных товаров.

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.

Применение SWOT-анализа в определении конкурентных преимуществ организаций. Конкурентное позиционирование на основе конкурентных преимуществ. Бенчмаркинг. Позиционная стратегия участников рынка. Выбор конкурентной стратегии: лидерство по издержкам, дифференциация или индивидуализация, оптимизация ассортимента, концентрация на основе низких издержек или дифференциации ассортимента.

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.

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

Тема 8 Особенности управления марочным ассортиментом товаров

Подход, ориентированный на отношение покупателей (лояльность) к товарным маркам. Классификация брендов на основе их принадлежности и контроля над ними. Архитектура бренда и марочный портфель (по Д. Аакеру). Методы оптимизации марочного портфеля. Бренд-стратегии.

Управление ассортиментом одного бренда. Стратегии линейного расширения ассортимента бренда в рамках существующей товарной категории. Стратегии расширения границ бренда: формирование ассортимента бренда за счет товаров из других товарных категорий и совместный брендинг.

Управление несколькими брендами (мультимарочная стратегия). Вертикальное расширение ассортимента с помощью суббрендинга. Понятие о марочном каннибализме.

Развитие бренда во времени. Мероприятия по оздоровлению бренда: репозиционирование бренда и ребрендинг.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

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	Ассортимент продовольственных товаров как объект управления	4	4					[1, 2, 5, 6, 11]	Опрос, тест
2	Виды, свойства и показатели ассортимента товаров	6	6					[6, 12, 15]	Опрос, решение задач контрольная работа № 1
3	Подходы к управлению ассортиментом товаров	4	4					[5, 7]	Опрос
4	Управление промышленным ассортиментом продовольственных товаров	2	4			2		[9, 15]	Опрос
5	Управление торговым ассортиментом продовольственных товаров	6	4				2	[3, 4, 7, 9, 14, 16]	Опрос, контрольная работа № 2
6	Анализ ассортимента продовольственных товаров	4	4			2		[5, 8, 9]	Опрос, решение задач
7	Разработка ассортиментной стратегии и оптимизация торгового ассортимента	4	6					[5, 6, 8, 13]	Опрос, контрольная работа № 3
8	Особенности управления марочным ассортиментом товаров	2	2					[5, 9, 10]	Опрос
	Итого	32	34			4	2		Экзамен

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Управление ассортиментом продовольственных товаров»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2–2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Самостоятельная работа студентов предусматривает следующее:

- ознакомление с учебной программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по учебной дисциплине, изучение и подбор необходимой основной и дополнительной литературы;
- проработку обзорного лекционного материала и рекомендованной преподавателем специальной литературы;
- выполнение заданий в рамках управляемой самостоятельной работы студентов и подготовку к практическим занятиям с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовку к выполнению диагностических форм контроля (защита заданий по УСР, письменные контрольные работы, тесты, опросы);
- подготовку к экзамену.

Нормативные и законодательные акты

1. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь: Закон Республики Беларусь от 08.01.2014 № 128-З // Нац. реестр прав. актов Респ. Беларусь. – 07.08.2014. – № 8/28975.

2. О защите прав потребителей: Закон Респ. Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-З: в ред. Закона Респ. Беларусь от 8 июля 2008 г. № 366-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2008. – № 170. – 2/1463.

3. 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 22.06.2014 № 703// Нац. реестр прав. актов Респ. Беларусь. – 24.07.2014. – № 3/39169.

4. О перечнях товаров: Постановление Министерства торговли Республики Беларусь от 08.09.2014 № 20 // Нац. реестр прав. актов Респ. Беларусь. – 07.08.2014. – № 8/28975.

Литература

Основная:

5. Киселёв, В.М. Управление ассортиментом товаров: учебное пособие / В.М. Киселев, Е.И. Мазанько. – М.: Российские университеты, 2006. – 200 с.
6. Снегирева, В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям / В. Снегирева. – СПб.: Питер, 2007. – 416 с.
7. Магомедов, Ш.Ш. Управление товарным ассортиментом и запасами: учебник для бакалавров / Ш.Ш. Магомедов. – М.: Дашков и К°, 2016. – 176 с.
8. Бузукова, Е.А. Ассортимент розничного магазина: методы анализа и практические советы / Е.А. Бузукова. – СПб.: Питер, 2007. – 176 с.

Дополнительная:

9. Зотов, В.В. Ассортиментная политика фирмы: учебно-практическое пособие / В.В. Зотов. – М.: Эксмо, 2006. – 240 с.
10. Музыкант, В.Л. Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. – М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 316 с.
11. Сысоева, С.В. Большая книга директора магазина / С.В. Сысоева, Г.Г. Крок. – СПб.: Питер, 2012. – 381 с.
12. Толмачева, И.А. Ассортиментная политика предприятий: учеб. пособие / И.А. Толмачева. – Хабаровск: РИЦ ХГУЭП, 2016. – 92 с.
13. Сысоева, С.В. Управление ассортиментом в рознице. Категорийный менеджмент / С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. – СПб.: Питер, 2010. – 288 с.
14. Варлей Р. Управление розничными продажами. Мерчандайзинг: учеб / Р. Варлей. – М: Проспект, 2005. – 272 с.
15. Ильин, Н.М. Формирование и управление ассортиментом потребительских товаров: учеб. пособие / Н.М. Ильин. – Минск: БГЭУ, 2013. – 278 с.
16. Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник / Ф.Г. Панкратов. – М.: Дашков и К°, 2012. – 500 с.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

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)
Теоретические основы товароведения (в отрасли)	Товароведения продовольственных товаров	Нет	Учебную программу по учебной дисциплине «Управление ассортиментом продовольственных товаров» рекомендовать к утверждению (протокол № 8 от 09.03.2017 г.)

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО

на ____/____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой
канд экон. наук, доцент

Л.С. Климченя

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
канд. экон. наук, доцент

С.И. Скриба