

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор учреждения
образования «Белорусский
государственный экономический
университет»

Е.Ф. Киреева

«04» 04 2023 г.

Регистрационный № УД 5365-23/уч.

АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности 1–25 01 14 «Товароведение и торговое
предпринимательство»

Учебная программа составлена на основе учебного плана учреждения высшего образования по специальности 1–25 01 14 «Товароведение и торговое предпринимательство» от 06.07.2021 (специализации 1–25 01 14 01 «Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами», регистрационный № 21РГТ-096; 1–25 01 14 02 «Товароведение и организация торговли продовольственными товарами», регистрационный № 21РГХ-099).

СОСТАВИТЕЛИ:

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

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

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

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Якушенко К.В., заведующий кафедрой маркетинга Белорусского национального технического университета, доктор экономических наук, доцент;

Петухов М.М., 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 № 6 от 12.01.2023 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 5 от 01.03.2023 г.).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа учебной дисциплины «Ассортиментная политика» разработана для обучающихся по специальности 1–25 01 14 «Товароведение и торговое предпринимательство» в соответствии с учебным планом учреждения высшего образования по данной специальности.

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 специалистов в области товароведения и торгового предпринимательства 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 – формирование системы профессиональных знаний, практических навыков и умений в области ассортиментной политики.

Задачи учебной дисциплины:

- обеспечить теоретическую подготовку будущих специалистов и сформировать у них представление о видах, свойствах и показателях ассортимента товаров, ассортиментной политике;
- привить практические навыки выбора поставщиков, формирования ассортимента, анализа ассортимента, определения объема закупок;
- 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 обучаемый должен

знать:

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

владеть:

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

Специалист должен обладать следующими *специальными* компетенциями:

- СК-18. 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.

Учебная дисциплина «Ассортиментная политика» тесно увязана с другими учебными дисциплинами по специальности, в том числе «Теоретические основы товароведения (в отрасли)», «Организация и технология торговли», «Коммерческая деятельность» и др.

В соответствии с учебным планом учреждения высшего образования по специальности «Товароведение и торговое предпринимательство» учебная программа рассчитана на 90 часов, из них аудиторных занятий - 48 часов (для заочной формы обучения - 10 часов). Распределение аудиторного времени по видам занятий, курсам и семестрам:

- ДФО: 4 курс, 7 семестр: лекции - 26 часов, практические занятия - 8 часов, семинарские занятия - 14 часов.
- ЗФО (ССО): 3 курс, 6 семестр: лекции - 2 часа; 4 курс, 7 семестр: лекции - 4 часа, практические занятия - 2 часа, семинарские занятия - 2 часа.

Форма текущей аттестации – зачет.

Количество зачетных единиц - 3.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1 Ассортимент товаров как объект управления

Подходы к рассмотрению 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.

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. Стратегическая роль ассортимента товаров.

Классификация торговых организаций по виду и показателям ассортимента. Стадии жизненного цикла ассортимента торговой организации.

Тема 2 Ассортиментная политика промышленных предприятий

Маркетинговый и управленческий подходы к определению ассортиментной политики предприятия. Цели ассортиментной политики промышленных предприятий. Факторы, влияющие на формирование промышленного ассортимента товаров. 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 торговых организаций

Сущность ассортиментной политики торговых организаций, ее цели и задачи. 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 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. 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.

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.

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

Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Ассортиментная политика»
для дневной формы получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Литература	Форма контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП				
						Л	Пз			Лаб
1	Ассортимент товаров как объект управления	2		2				[1, 2, 5, 6, 8, 10, 12]	Опрос, тест	
2	Ассортиментная политика промышленных предприятий	2		2				[7, 11, 15]	Опрос	
3	Ассортиментная политика торговых организаций	4		2				[5, 6, 7, 11, 12, 14]	Опрос	
4	Формирование торгового ассортимента	6	2	2				[3, 4, 7, 9, 11]	Опрос	
5	Анализ ассортимента товаров	4	4	2				[5, 7, 13]	Опрос, решение задач	
6	Управление торговым ассортиментом	4	2	2				[6, 8, 9, 13]	Опрос	
7	Разработка ассортиментной стратегии и оптимизация торгового ассортимента	4		2				[5, 6, 8, 10, 13]	Опрос	
	Всего часов	26	8	14					Зачёт	

Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Ассортиментная политика»
для заочной сокращенной формы получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Литература	Форма контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП				
						Л	Пз			Лаб
1	Ассортимент товаров как объект управления	2						[1, 2, 5, 6, 8, 10, 12]	Опрос	
2	Ассортиментная политика промышленных предприятий	1						[7, 11, 15]	Опрос	
3	Ассортиментная политика торговых организаций	1						[5, 6, 7, 11, 12, 14]	Опрос	
4	Формирование торгового ассортимента	2						[3, 4, 7, 9, 11]	Опрос	
5	Анализ ассортимента товаров		2					[5, 7, 13]	Опрос, решение задач	
6	Управление торговым ассортиментом			1				[6, 8, 9, 13]	Опрос	
7	Разработка ассортиментной стратегии и оптимизация торгового ассортимента			1				[5, 6, 8, 10, 13]	Опрос	
	Всего часов	6	2	2					Зачёт	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Ассортиментная политика»

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;
- подготовку к практическим и семинарским занятиям с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовку к выполнению диагностических форм контроля (тесты, опросы);
- подготовку к зачету.

Нормативно-правовые акты:

1. Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 8 января 2014 г. № 128-З в редакции Закона Республики Беларусь от 04.01.2021 г. № 81-З [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11400128>.

2. Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей» от 9 января 2002 г. № 90-З в редакции Закона Республики Беларусь от 8 июля 2008 г. № 366-З (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10200090>.

3. Постановление Совета Министров Республики Беларусь «О продаже отдельных видов товаров, осуществлении общественного питания и порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров» от 22 июля 2014 г. № 703 (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21400703>.

4. Постановление Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь «О классификации торговых объектов по видам и типам» от 07.04.2021 № 23 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://pravo.by/upload/docs/op/W22136585_1619470800.pdf.

ЛИТЕРАТУРА

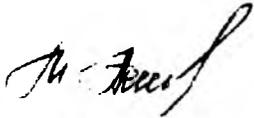
Основная:

5. Каплина, С. А. Управление ассортиментом товаров : учебник / С. А. Каплина. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2020. — 228 с. : ил.
6. 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. : ил.
7. Куликова, Н. Р. Управление ассортиментом товаров : учеб. пособие / Н. Р. Куликова. — М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2016. — 239 с.

Дополнительная:

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. — ISBN 978-5-394-03641-5. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=358159> (дата обращения: 09.01.2023). — Режим доступа: по подписке.
10. Макурин, М. Г. Секреты эффективного управления ассортиментом / М. Г. Макурин. — Эл. изд. — М. : Финансы и статистика, 2021. — 124 с. — ISBN 978-5-00184-054-1. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=382022> (дата обращения: 09.01.2023). — Режим доступа: по подписке.
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. : ил.
15. Акулич, И. Л. Маркетинг: учебник. — Минск: БГЭУ, 2020. — 541 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)
Товароведение тары и упаковочных материалов	Товароведения и экспертизы товаров	Нет  Зав. кафедрой И. И. Петухов	Учебную программу по учебной дисциплине «Ассортиментная политика» рекомендовать к утверждению (протокол № 6 от 12.01.2023 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 и рынка недвижимости (протокол № __ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой
канд. экон. наук, доцент

Л.С. Климченя

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
канд. экон. наук, доцент

А.И. Ерчак