

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Б1.В.ДВ.04.01
(индекс дисциплины)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Категорийный менеджмент

(наименование дисциплины)

по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент

направленность (профиль)
Предпринимательство

Форма обучения: заочная

Год набора: 2020

Общая трудоемкость: 7 ЗЕ

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4	Итого
Форма контроля	зачет	
Вид занятий		
Лекции	4	4
Лабораторные		
Практические	4	4
Руководство: курсовые работы (проекты) / РГР		
Промежуточная аттестация	0,25	0,25
Контактная работа	8,25	8,25
Самостоятельная работа	240	240
Контроль	3,75	3,75
Итого	252	252

Рабочую программу составил(и):

старший преподаватель Карцева Н.С.

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рецензирование рабочей программы дисциплины:

☒

Отсутствует

☐

Рецензент

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рабочая программа дисциплины составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент

Срок действия рабочей программы дисциплины до «30» июня 2025 г.

УТВЕРЖДЕНО

На заседании департамента
предпринимательства

(протокол заседания № 1 от «29» августа 2019 г.).

1. Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование у обучающихся системы современных знаний в области категорийного менеджмента, а также умений, навыков и компетенций, необходимых для управления ассортиментом товаров и обеспечения более быстрой и качественной реакции на изменение требований и запросов потребителей при осуществлении профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплины и практики, на освоении которых базируется данная дисциплина: «Исследования рынка», «Комплекс маркетинга», «Методы исследования и прогнозирования», «Бизнес-планирование проектов».

Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: «Управление закупками», «Планирование и организация производства», «Цифровой маркетинг».

3. Планируемые результаты обучения

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19).	-	Знать: - понятие, классификацию, свойства и показатели ассортимента товаров; - методы определения потребностей потребителей; - методы анализа ассортиментного портфеля; - методы управления товарным ассортиментом.
		Уметь: - определять факторы, влияющие на формирование ассортимента; - оперативно реагировать на меняющуюся конъюнктуру рынка с учетом изменения потребностей потребителей; - проводить анализ ассортиментного портфеля с целью формирования его оптимальной структуры; - применять стратегии управления товарным ассортиментом.
		Владеть: - навыками работы с товарами разного назначения, а также с

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
		<p>нормативными и техническими документами по оценке и подтверждению соответствия обязательным требованиям;</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа товарного ассортимента, подходами к выбору направлений его совершенствования; - навыками применения результатов исследования потребностей потребителей и внешней среды для адаптации ассортимента продуктовых линий и категорий к требованиям рынка и торговых сетей; - навыками стратегического и оперативного управления ассортиментом.

4. Структура и содержание дисциплины

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Курс	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)	
Модуль 1. Основы категорийного менеджмента	Лек	Тема 1. Переход на категорийный менеджмент: актуальные вопросы внедрения	4	2	20	-	Задание 1	
	Пр			2				
	Ср	Тема 2. Категорийный менеджмент: стратегия		78				Задание 2
		Тема 3. Категорийный менеджмент: тактика						
Модуль 2. Управление ценами, закупками и товарными запасами	Лек	Тема 4. Ценовая политика в стратегическом и тактическом аспектах категорийного менеджмента	4	2	30	-	Задание 3	
	Пр			2				
	Ср	Тема 5. Закупочная политика. Работа с поставщиками		78			Задание 4	
		Тема 6. Политика управления товарными запасами						Задание 5
Модуль 3. Анализ, планирование и контроль в категорийном менеджменте	Пр	Тема 7. Аналитическая деятельность в категорийном менеджменте: инструментарий	4		50	-	Задание 6	
	Ср	Тема 8. Планово-прогнозная деятельность в категорийном менеджменте: инструментарий		84				
		Тема 9. План реализации и контроль внедрения категорийного менеджмента						
		ПА						

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Курс	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
	КР			12,25			
	Контроль			3,75			
Итого:				252	100		

5. Образовательные технологии

С целью формирования компетенций у студентов в учебном процессе используются дистанционные образовательные технологии.

6. Методические указания по освоению дисциплины

Изучение дисциплины предусматривает чтение лекций, проведение практических занятий, самостоятельное изучение специальной литературы по вопросам программы, выполнение заданий из соответствующего практикума.

Виды самостоятельной работы студентов:

1. Изучение пройденного учебного материала, чтение рекомендованной литературы;
2. Подготовка к практическим занятиям, выполнение практических заданий;
3. Работа с электронными источниками;
4. Подготовка к контрольному мероприятию (зачету).

Изучение теоретического материала определяется рабочей учебной программой дисциплины, включенными в нее календарным планом изучения дисциплины и перечнем литературы; рекомендуется при подготовке к занятиям повторить материал предшествующих тем рабочего учебного плана, а также материал предшествующих учебных дисциплин, который служит базой изучаемого раздела данной дисциплины.

При подготовке к практическому занятию необходимо изучить материалы лекции, рекомендованную литературу. Изученный материал следует проанализировать в соответствии с планом занятия, затем проверить степень усвоения содержания вопросов.

При подготовке к зачету следует руководствоваться перечнем вопросов для подготовки к итоговому контролю по курсу. При этом необходимо уяснить суть основных понятий дисциплины.

Самостоятельная работа студентов, прежде всего, заключается в изучении литературы, дополняющей материал, излагаемый в лекционной части курса. Необходимо овладеть навыками библиографического поиска, в том числе в сетевых Интернет-ресурсах, научиться сопоставлять различные точки зрения и определять методы исследований.

Предполагается, что, прослушав лекцию, студент должен ознакомиться с рекомендованной литературой из основного списка, затем обратиться к источникам, указанным в библиографических списках изученных книг, осуществить поиск и критическую оценку материала на сайтах Интернет, собрать необходимую информацию.

7. Оценочные средства

7.1. Паспорт оценочных средств

Курс	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
4	ПК-19	<i>Тестовые задания</i> <i>Задание 1</i> <i>Задание 2</i> <i>Задание 3</i> <i>Задание 4</i> <i>Задание 5</i> <i>Задание 6</i> <i>Вопросы к зачету №1-40</i>

7.2. Типовые задания или иные материалы, необходимые для текущего контроля

7.2.1. Итоговое тестирование

Типовые примеры заданий

1. Реализация категорийного менеджмента основана на соблюдении следующих правил:
 - а) потребитель - основная ценность
 - б) товарная категория - это самостоятельная бизнес-единица
 - в) ассортимент – единая совокупность всех товарных категорий
 - г) в приоритете – интересы поставщика
2. Какого подхода следует придерживаться при внедрении категорийного менеджмента?
 - а) системного
 - б) функционального
 - в) процессного
 - г) категорийного
3. Какие товары выполняют роль генераторов прибыли?
 - а) сезонные товары
 - б) модные новинки
 - в) акционные товары
 - г) товары, тестирующие спрос
4. Ответственность за управление товарной категорией в рамках категорийного менеджмента несет:
 - а) отдел продаж
 - б) отдел маркетинга
 - в) коммерческий директор
 - г) категорийный менеджер
5. Категорийные менеджеры находятся в объединенном подчинении:
 - а) коммерческому директору
 - б) менеджеру по продажам
 - в) начальнику отдела маркетинга
 - г) бренд-менеджеру
6. К методам определения потребностей клиента не относят:
 - а) маркетинговые исследования
 - б) анализ статистических данных
 - в) опросы и анкетирования
 - г) промо-акции

7. Наибольшее влияние на формирование потребностей клиента оказывают критерии сегментации:
- а) по группам потребителей
 - б) по продуктам
 - в) по технико-функциональным параметрам продуктов
 - г) по характеристикам рынка
8. Покупателей, которые готовы пробовать новые и незнакомые товары называют...
- а) экспериментаторами
 - б) ретроградами
 - в) ранним большинством
 - г) поздним большинством
9. Товары А и Б принадлежат одной категории, если
- а) используются для удовлетворения одной потребности;
 - б) клиенту для удовлетворения потребности достаточно только одного из них
 - в) продажа одного товара из категории не влияет на продажи других товаров, входящих в группу.
 - г) продажа одного товара из категории прямо влияет на продажи других товаров, входящих в группу.
10. При определении товарных категорий, в первую очередь, необходимо ориентироваться на:
- а) восприятие и потребности клиентов
 - б) собственное удобство
 - в) рыночную конъюнктуру
 - г) формат магазина
11. Последним уровнем структуры товарной категории является
- а) SKU
 - б) подсегмент
 - в) сегмент
 - г) подкатегория
12. К какой характеристике свойства товара относится следующий пример: «косметика для молодой, зрелой кожи и антивозрастная линейка»?
- а) форма и фасовка
 - б) размер и возраст
 - в) конечный пользователь
 - г) запахи и вкусы
13. Какое направление работы с ассортиментом связано с появлением новых товаров, в которых заинтересована целевая группа потребителей?
- а) расширение
 - б) сокращение
 - в) углубление
 - г) совершенствование
14. Издержки, зависящие от объема производимой и реализуемой продукции, называют:
- а) переменными
 - б) постоянными
 - в) полными
 - г) реализационными
15. Укажите наиболее весомую статью издержек внедрения и реализации собственной торговой марки.
- а) реклама и стимулирование
 - б) логистика и мерчендайзинг
 - в) закупка сырья
 - г) контроль качества

16. Новые продукты появляются на рынке в результате:
- а) ответа на действия конкурентов
 - б) внедрения положительных изменений
 - в) расширения ассортимента
 - г) стабилизации товарной матрицы
17. Документ, который включает в себя полный перечень всех товарных позиций с учетом требований ассортиментной политики, особенностей выбранного формата – это
- а) ассортиментная матрица
 - б) глубина ассортимента
 - в) ширина ассортимента
 - г) товарный классификатор
 - д) ассортиментный минимум
18. Первый уровень товарного классификатора:
- а) класс товара
 - б) товарная категория
 - в) товарная группа
 - г) сегмент
19. При отсутствии у категорийного менеджера помощников в виде логистов, закупщиков, маркетологов, бренд-менеджеров, его максимальная нагрузка должна быть
- а) 10 категорий
 - б) 30-50 категорий
 - в) 20 категорий
 - г) 6 категорий
20. Перечень тех товарных позиций, присутствие которых в конкретном магазине должно быть обязательным в любой период вне зависимости от сезона, называют:
- а) ассортиментным минимумом
 - б) ассортиментной картой
 - в) товарной номенклатурой
 - г) ассортиментным перечнем
21. Уникальные товары, товары-новинки, приоритетные в спросе товары лучше располагать:
- а) в зоне основного покупательского потока
 - б) в зоне входа и в кассовой зоне
 - в) в различных местах торгового зала
 - г) во внутренних рядах в центре магазина
22. Какие зоны торгового зала магазина являются наиболее привлекательными?
- а) входная зона
 - б) зона, находящаяся по правую руку движения потребителя
 - в) вершины «золотого треугольника»
 - г) кассовая зона
23. При выходе на рынок и захвате доли рынка разумно ориентироваться на стратегию ценообразования:
- а) затратная
 - б) конкурентная
 - в) потребительская ценность
 - г) сезонная
24. Демпинговые цены – это...
- а) цены значительно ниже, чем у конкурентов
 - б) цены значительно выше, чем у конкурентов
 - в) текущие цены
 - г) цены кривой освоения
25. Различают четыре вида скидок:
- а) долговременные, ситуационные, разовые, системные

- б) кратковременные, ситуационные, разовые, системные
- в) ситуационные, разовые, системные, событийные
- г) долговременные, ситуационные, разовые, комплексные

26. Инструмент ценового маркетинга, основанный на необходимости использовать большую точность при установлении высокой цены, называется:

- а) цена престижа
- б) цена шарма
- в) якорная цена
- г) «простая математика»

27. Какие товары образуют группу KVI?

- а) часто приобретаемые и брендовые товары
- б) эластичные и доступные товары
- в) товары сезонного и импульсного спроса
- г) товары высокого качества

28. Отметьте методы стимулирования продаж и промоактивности, используемые на рынке B2B.

- а) ретробонус
- б) накопительная система скидок
- в) коллекционирование
- г) лотереи, розыгрыши, призы, подарки

29. Укажите пути непрямого удешевления продукции и услуг:

- а) доставка за счет поставщика
- б) возврат брака
- в) изменение упаковки
- г) изменение условий оплаты

30. Работа по улучшению условий должна проводиться в привязке к:

- а) категории поставщика
- б) условиям
- в) периоду времени
- г) дате встречи с поставщиком

31. Укажите третье золотое правило закупок:

- а) никогда не соглашайся на первое предложение поставщика
- б) нет предела низким ценам
- в) всегда улучшай условия
- г) выяви все резервы итоговой экономии

32. Постановка целей и определение целевых параметров товарной категории должны проводиться в разрезе:

- а) покупателей
- б) рынка
- в) сети
- г) торговой точки

33. Тактические действия в рамках товарной категории должны быть направлены на:

- а) ассортимент товарной категории
- б) ценообразование в товарной категории
- в) работу с пространством торгового зала
- г) работу с персоналом

34. Укажите количественные цели плана реализации тактических действий в компании.

- а) улучшение имиджа
- б) увеличение доли рынка
- в) формирование покупательской лояльности
- г) увеличение покупательского потока

35. Ключевые показатели эффективности могут включать в себя:

- а) скорость оборачиваемости товарных запасов
- б) средний чек
- в) организация бесперебойной работы отдела закупок
- г) экономия расходов отдела продаж

Краткое описание и регламент выполнения

Студент выполняет все предложенные задания, система выставляет за них баллы автоматически пропорционально правильным ответам.

Критерии оценки:

Максимальное количество баллов - 40 б. (баллы студенту начисляются автоматически пропорционально выполненным тестовым заданиям)

7.2.2. Задания

Типовые примеры заданий

Задание 1

1. Приведите шесть примеров современных российских компаний, в которых на сегодняшний день внедрен категорийный менеджмент (исключая компании, упомянутые в теоретическом блоке модуля). Заполните таблицу.

РЫНОК B2C	
1	
2	
3	
РЫНОК B2B	
1	
2	
3	

Задание 2. Сформируйте список обобщенных требований, предъявляемых к категорийному менеджеру, бренд-менеджеру и продакт менеджеру, и выполняемых ими обязанностей. Заполните таблицу.

Должность	Требования	Обязанности
Категорийный менеджер		
Бренд-менеджер		
Продакт-менеджер		

Краткое описание и регламент выполнения

Обучающийся выполняет индивидуальное домашнее задание в рамках самостоятельной работы дома, затем отчитывается преподавателю во время практического занятия. Преподаватель оценивает выполненное задание каждого студента индивидуально.

Критерии оценки:

- 10 баллов выставляется обучающемуся, если все задания выполнены без замечаний;
- 9 баллов выставляется обучающемуся, если задания выполнены с несущественными замечаниями;
- 8 баллов выставляется обучающемуся, если имеется одна или две существенные ошибки в выполненном задании;

- 7 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний выполнено 70% задания;
- 6 баллов выставляется, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 50% задания;
- 5 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 40% задания;
- 4 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 30 % заданий;
- 3 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 20 % заданий;
- 2 балла выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 15 % заданий;
- 1 балл выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 10 % заданий;
- 0 баллов - выставляется обучающемуся, если все задания выполнены с ошибками;
- -10 баллов выставляется обучающемуся, если выполненное задание не было предоставлено вовремя.

Задание 2

Определите товарные категории ассортимента и предложите их структуру на примере магазинов компаний розничной торговли X5 Retail Group или магазинов сети бытовой техники по схеме, предложенной в таблице.

Ассортимент	Данные по выбранному магазину
Категория 1	
Подкатегория (товарная группа) 1	
Подгруппа 1	
Подгруппа 2	
...	
Подгруппа N	
SKU 1	
SKU 2	
...	
SKU N	
Категория 2	
Подкатегория (товарная группа) 2	
Подгруппа 1	
Подгруппа 2	
...	
Подгруппа N	
SKU 1	
SKU 2	
...	
SKU N	
...	
Категория N	
Подкатегория (товарная группа) 1	
Подгруппа 1	
Подгруппа 2	
...	
Подгруппа N	
SKU 1	

Ассортимент	Данные по выбранному магазину
SKU 2	
...	
SKU N	

Краткое описание и регламент выполнения

Студент прикрепляет выполненные задания в системе ДОТ, преподаватель оценивает задания каждого студента индивидуально согласно критериям оценки.

В случае, если задание выполнено неверно, преподаватель может вернуть его на доработку.

Критерии оценки:

- 10 баллов выставляется обучающемуся, если все задания выполнены без замечаний;
- 9 баллов выставляется обучающемуся, если задания выполнены с несущественными замечаниями;
- 8 баллов выставляется обучающемуся, если имеется одна или две существенные ошибки в выполненном задании;
- 7 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний выполнено 70% задания;
- 6 баллов выставляется, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 50% задания;
- 5 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 40% задания;
- 4 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 30 % заданий;
- 3 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 20 % заданий;
- 2 балла выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 15 % заданий;
- 1 балл выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 10 % заданий;
- 0 баллов - выставляется обучающемуся, если все задания выполнены с ошибками;

Задание 3

Перед Вами представлен товарный классификатор, в котором содержатся ошибки. Определите их и составьте правильный товарный классификатор. Исходные данные представлены в таблице.

Класс	Товарная группа	Товарная категория
Мебель для дома	Гостиные	Шкафы Тумбы Столы обеденные Стулья Диваны Кресла Столы журнальные Стеллажи Комоды
	Спальни	Кровати Гардеробы Тумбы

Класс	Товарная группа	Товарная категория
		Туалетные столики Стулья Пуфы Комоды Телевизоры и приставки
	Прихожие	Скамейки, лавки Пуфы Шкафы Тумбы Стол
	Детские	Кровати Шкафы Стол и тумбы, стулья Полки Наборы
	Кабинеты	Кабинеты руководителей любого класса
	Гардеробные	Вешалки (комплекты) Зеркала Полки Крючки и держатели
Мебель для офиса	Домашние кабинеты	Стол письменный Стулья и кресла рабочие Стеллажи и полки Шкафы книжные Тумбы
	Рабочие группы	Место секретаря Место менеджера Обеденная зона персонала Стол Тумбы Стеллажи Шкафы Сейфы
	Стулья и кресла	Кресла офисные Стулья для посетителей Стулья офисные
	Стол и тумбы	Стол письменный Стол журнальный Стол обеденный Тумбы рабочие Тумбы для клиентов

Краткое описание и регламент выполнения

Студент прикрепляет выполненные задания в системе ДОТ, преподаватель оценивает задания каждого студента индивидуально согласно критериям оценки.

В случае, если задание выполнено неверно, преподаватель может вернуть его на доработку.

Критерии оценки:

- 10 баллов выставляется обучающемуся, если все задания выполнены без замечаний;

- 9 баллов выставляется обучающемуся, если задания выполнены с несущественными замечаниями;
- 8 баллов выставляется обучающемуся, если имеется одна или две существенные ошибки в выполненном задании;
- 7 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний выполнено 70% задания;
- 6 баллов выставляется, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 50% задания;
- 5 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 40% задания;
- 3 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 30 % заданий;
- 2 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 20 % заданий;
- 1 балл выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 15 % заданий;
- 0 баллов - выставляется обучающемуся, если все задания выполнены с ошибками;

Задание 4

На основе приведенного алгоритма решения решите задачу.

Алгоритм решения

Определите оптовую (отпускную) цену единицы продукции ООО «Омега», используя следующие данные:

1. прямые (технологические) затраты на производство единицы продукции - 750 руб.;
2. косвенные (накладные) расходы - 250 руб.;
3. прибыль предприятия - 200 руб.;
4. скидка с оптовой цены предприятия - 60 руб.;
5. налог на добавленную стоимость (НДС) - 20%.

Решение

1. Полная себестоимость единицы продукции:

$$C = 750 \text{ руб.} + 250 \text{ руб.} = 1000 \text{ руб.}$$

2. Оптовая цена единицы продукции - цена изготовителя продукции без учета НДС:

$$Ц = 1000 \text{ руб.} + 200 \text{ руб.} - 60 \text{ руб.} = 1140 \text{ руб.}$$

3. Оптовая цена единицы продукции - цена изготовителя продукции с учетом НДС:

$$Ц_{ндс} = 1140 \text{ руб.} + (1140 \text{ руб.} \cdot 0,2) = 1368 \text{ руб.}$$

Задача

Определите оптовую (отпускную) цену единицы продукции, используя следующие данные:

- 1) прямые (технологические) затраты на производство единицы продукции – 900 руб.;
- 2) косвенные (накладные) расходы - 320 руб.;
- 3) прибыль предприятия - 250 руб.;
- 4) скидка с оптовой цены предприятия - 72 руб.;
- 5) налог на добавленную стоимость (НДС) - 20%.

Краткое описание и регламент выполнения

Студент прикрепляет выполненные задания в системе ДОТ, преподаватель оценивает задания каждого студента индивидуально согласно критериям оценки.

В случае, если задание выполнено неверно, преподаватель может вернуть его на доработку.

Критерии оценки:

- 10 баллов выставляется обучающемуся, если все задания выполнены без замечаний;
- 9 баллов выставляется обучающемуся, если задания выполнены с несущественными замечаниями;
- 8 баллов выставляется обучающемуся, если имеется одна или две существенные ошибки в выполненном задании;
- 7 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний выполнено 70% задания;
- 6 баллов выставляется, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 50% задания;
- 5 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 40% задания;
- 4 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 30 % заданий;
- 3 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 20 % заданий;
- 2 балла выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 15 % заданий;
- 1 балл выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 10 % заданий;
- 0 баллов - выставляется обучающемуся, если все задания выполнены с ошибками;

Задание 5

1. Приведите три «золотых» правила закупщика.
2. Перечислите способы воздействия на поставщика для получения лучших условий и скидок (не менее 10).
3. Перечислите способы непрямого удешевления продукции и услуг (не менее 5).
4. Перечислите способы прямого удешевления продукции и услуг (не менее 5).
5. Сумма заказа составляет 1,8 млн. руб., срок отсрочки - 30 дней, процент кредитования - 18% годовых. Рассчитайте стоимость отсрочки данного заказа.
6. Перечислите структурные элементы договора поставки.
7. Перечислите коммерческие условия договора поставки.

Краткое описание и регламент выполнения

Студент прикрепляет выполненные задания в системе ДОТ, преподаватель оценивает задания каждого студента индивидуально согласно критериям оценки.

В случае, если задание выполнено неверно, преподаватель может вернуть его на доработку.

Критерии оценки:

- 10 баллов выставляется обучающемуся, если все задания выполнены без замечаний;
- 9 баллов выставляется обучающемуся, если задания выполнены с несущественными замечаниями;
- 8 баллов выставляется обучающемуся, если имеется одна или две существенные ошибки в выполненном задании;
- 7 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний выполнено 70% задания;
- 6 баллов выставляется, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 50% задания;
- 5 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 40% задания;
- 4 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 30 % заданий;

- 3 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 20 % заданий;
- 2 балла выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 15 % заданий;
- 1 балл выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 10 % заданий;
- 0 баллов - выставляется обучающемуся, если все задания выполнены с ошибками;

Задание 6

На основании лекционного материала сформулируйте цели и показатели отдельной товарной категории, необходимые для формирования плана реализации стратегических и тактических действий для вашей компании. Заполните приведенную ниже таблицу.

Цели	Текущее значение	Цели на _____ г.
В разрезе покупателей		
В разрезе рынка		
В разрезе сети		

Краткое описание и регламент выполнения

Студент прикрепляет выполненные задания в системе ДОТ, преподаватель оценивает задания каждого студента индивидуально согласно критериям оценки.

В случае, если задание выполнено неверно, преподаватель может вернуть его на доработку.

Критерии оценки:

- 10 баллов выставляется обучающемуся, если все задания выполнены без замечаний;
- 9 баллов выставляется обучающемуся, если задания выполнены с несущественными замечаниями;
- 8 баллов выставляется обучающемуся, если имеется одна или две существенные ошибки в выполненном задании;
- 7 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний выполнено 70% задания;
- 6 баллов выставляется, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 50% задания;
- 5 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 40% задания;
- 3 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 30 % заданий;
- 2 баллов выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 20 % заданий;
- 1 балл выставляется обучающемуся, если без замечаний и существенных ошибок выполнено 15 % заданий;

0 баллов - выставляется обучающемуся, если все задания выполнены с ошибками.

7.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.3.1. Вопросы к промежуточной аттестации

Курс 4

№ п/п	Вопросы к зачету
1	Категорийный менеджмент как система компании и инструмент роста прибыли
2	Внедрение категорийного менеджмента: изменения в организационной структуре.
3	Опыт внедрения категорийного менеджмента: до и после.
4	Категорийный менеджер, продакт менеджер, бренд-менеджер как новая должность и профессия.
5	Показатели эффективности категорийного менеджера.
6	Этапы категорийного менеджмента: анализ, стратегии, тактика, контроль.
7	Потребности покупателя как основа для управления ассортиментом. Сегментация клиентов. Карта потребительских характеристик.
8	Определение товарных категорий. Принципы формирования для достижения целевых показателей в ограниченные сроки.
9	Основная, целевая, сезонная, импульсная, категория компетентности. Подходы в управлении категориями для повышения прибыли каждой из них.
10	Формирование подкатегорий, сегментов, подсегментов.
11	Ассортиментная политика компании.
12	Продакт-менеджмент. Продуктовые исследования. Unit-экономика. MVP и прототипирование.
13	Бренд-менеджмент. Собственные торговые марки.
14	Новые продукты. Система анализа для проверки успешности вывода на рынок.
15	Структурирование ассортимента.
16	Управление категорией. Структура, роль и нормативы товарных категорий.
17	Оценка потенциала категории и балансировка ассортимента. Ассортиментная карта.
18	Главные принципы ротирования, введения новинок в ассортимент, поддержания действующей товарной матрицы и вывода из ассортимента.
19	Распределение торговых площадей между товарными категориями.
20	Ценообразование: процесс, стратегии, методы.
21	Конкурентное ценообразование.
22	Инструменты ценового маркетинга, включая ценовые трюки.
23	Внутрикатегорийная корректировка цен на товары.
24	Традиционная система закупок и категорийный менеджмент.
25	Скидки и отсрочка. Поиск путей удешевления продукции и услуг.
26	Большая карта закупщика. Коммерческие условия договора поставки.
27	Золотые правила закупок для выстраивания системной работы с поставщиками.
28	Логистика. Базовые принципы.
29	Особенности учета товарных категорий.
30	Управление запасами: оборачиваемость, эффективность.
31	Работа с неликвидами и оптимизация остатков.
32	Мероприятия по повышению оборачиваемости.
33	SWOT-анализ и XYZ-анализ как инструмент оптимизации ассортимента.
34	Анализ товаров по параметрам влияния.
35	Анализ поставщиков. Сравнение коммерческих предложений.
36	Планово-прогнозная работа: проблематика.
37	Методы прогнозирования и виды прогнозов.

№ п/п	Вопросы к зачету
38	Прогноз спроса нерегулярно потребляемых товаров.
39	Формирование плана реализации стратегических и тактических действий для вашей компании.
40	Инструменты контроля за ходом исполнения планов

7.3.2. Критерии и нормы оценки

Курс	Форма проведения промежуточной аттестации	Критерии и нормы оценки	
4	Зачет (по накопительному рейтингу)	«зачтено»	Студент набрал от 55 до 100 баллов по накопительному рейтингу
		«не зачтено»	Студент набрал 54 и менее баллов по накопительному рейтингу

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Обязательная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1.	Брезгина, К. В., Антинескул Е.А., Ясырева А.А.	Маркетинговые исследования	учебное пособие	2019	ЭБС «IPRbooks»
2.	Лев М.Ю.	Цены и ценообразование	учебник	2017	ЭБС «IPRbooks»
3.	Олейник, Т. Л., Яцык Ю.А.	Логистический менеджмент	учебное пособие	2019	ЭБС «IPRbooks»
4.	Захарова, Ю. А.	Продакт-менеджмент, или Искусство управления товаром	практ. пособие	2018	ЭБС «IPRbooks»

8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1.	Шабашова, Л. А.	Маркетинговые исследования	учебное пособие	2019	ЭБС «IPRbooks»
2.	Горина, Г. А.	Ценообразование	учебное пособие	2017	ЭБС «IPRbooks»
3.	Лоскутова М.А., Островская Н.В.	Менеджмент	практикум	2020	ЭБС «IPRbooks»
4.	Захарова, Ю. А.	Торговый маркетинг: эффективная организация продаж	практ. пособие	2020	ЭБС «IPRbooks»

8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

– Web of Science [Электронный ресурс]: мультидисциплинарная реферативная база данных. – Philadelphia: ClarivateAnalytics, 2016. – Режим доступа: apps.webofknowledge.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.

– Scopus [Электронный ресурс]: реферативная база данных. – Netherlands: Elsevier, 2004–. – Режим доступа: scopus.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.

– Elibrary[Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Москва: НЭБ, 2000–. – Режим доступа: elibrary.ru. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.

– Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] : информационный портал — Режим доступа к системе.: <http://www.gks.ru/>

– Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.cbr.ru/>

8.4. Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование ПО	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
1	Windows	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия - бессрочно
2	Office Standart	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия - бессрочно; Договор № 727 от 20.07.2016г., срок действия - бессрочно

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
1.	Аудитория веб-конференций. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации. (Э-705)	Стол преподавательский, экран телевизионный, роутер, стойка для телевизора, веб-камера, транспарант-перетяжка, ширма, наушники, компьютер с выходом в Интернет.
2.	Аудитория веб-конференций. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных	Экран телевизионный, ширмы, проектор на штативе. стол преподавательский, стулья преподавательские, Транспарант-перетяжка, системный блок.

	консультаций Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации (УЛК-807).	
3.	Помещение для самостоятельной работы студентов (Г-401)	Столы ученические, стулья ученические, ПК с выходом в сеть Интернет