

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

Б1.В.ДВ.04.03  
(индекс дисциплины)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Категорийный менеджмент**

(наименование дисциплины)

по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент

направленность (профиль)  
Менеджмент

Форма обучения: очная

Год набора: 2026

Общая трудоемкость: 6 ЗЕ

**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр	6	Итого
Форма контроля	Экзамен	
<b>Вид занятий</b>		
Лекции		
Лабораторные		
Практические	64	64
Руководство: курсовые работы (проекты) / РГР		
Промежуточная аттестация	0,35	0,35
Контактная работа	64,35	64,35
Самостоятельная работа	116	116
Контроль	35,65	35,65
<b>Итого</b>	<b>216</b>	<b>216</b>

Рабочую программу составил(и):

доцент, доцент, канд. экон. наук Морякова А.В.

*(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 «31» августа 2030 г.**

УТВЕРЖДЕНО

На заседании института финансов, экономики и управления (протокол заседания № 1 от 28.08.2025).

## 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», «Управление продажами» и др.

Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: «Стратегия управления лояльностью потребителей», «Управление логистическими процессами» и др.

## 3. Планируемые результаты обучения

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
ПК-3 Способен формировать и представлять предложения по развитию организации, выстраивать финансовую модель, осуществлять бюджетирование проекта, прогнозирование доходов и расходов проекта, в том числе с использованием современных информационных технологий	ПК-3.6 Способен выстраивать финансовую модель, рассчитывать плановые значения ключевых показателей, осуществлять бюджетирование проекта, в том числе с использованием современных информационных технологий, в рамках категорийного менеджмента	Знать: - основы построения финансовой модели, расчета плановых значений ключевых показателей, осуществления бюджетирования проекта в рамках категорийного менеджмента
		Уметь: - выстраивать финансовую модель, рассчитывать плановые значения ключевых показателей, осуществлять бюджетирование проекта, в том числе с использованием современных информационных технологий, в рамках категорийного менеджмента
		Владеть: - навыками построения финансовой модели, расчета плановых значений ключевых показателей, бюджетирования проекта, в том числе с использованием современных информационных технологий, в рамках категорийного менеджмента

#### 4. Структура и содержание дисциплины

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	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	6	-	10	-	Индивидуальное домашнее задание 1
	Пр		6	7		-	
	Ср		6	12		-	
	Лек	Тема 2. Категорийный менеджмент: стратегия	6	-	10	-	Индивидуальное домашнее задание 2
	Пр		6	7		-	
	Ср		6	12		-	
	Лек	Тема 3. Категорийный менеджмент: тактика	6	-	10	-	Индивидуальное домашнее задание 3
	Пр		6	7		-	
	Ср		6	14		-	
Модуль 2. Управление ценами, закупками и товарными запасами	Лек	Тема 4. Ценовая политика в стратегическом и тактическом аспектах категорийного менеджмента	6	-	10	-	Индивидуальное домашнее задание 4
	Пр		6	7		-	
	Ср		6	14		-	
	Лек	Тема 5. Закупочная политика. Работа с поставщиками	6	-	10	-	Индивидуальное домашнее задание 5
	Пр		6	7		-	
	Ср		6	12		-	
	Лек	Тема 6. Политика управления товарными запасами	6	-	10	-	Коллоквиум
	Пр		6	7		-	
	Ср		6	12		-	
Модуль 3. Анализ, планирование и контроль в категорийном менеджменте	Лек	Тема 7. Аналитическая деятельность в категорийном менеджменте: инструментарий	6	-	10	-	Коллоквиум
	Пр		6	7		-	
	Ср		6	14		-	
	Лек	Тема 8. Планово-прогнозная деятельность в категорийном менеджменте: инструментарий	6	-	10	-	Контрольная работа
	Пр		6	8		-	
	Ср		6	14		-	
	Лек	Тема 9. План реализации и контроль внедрения категорийного	6	-	10	-	Индивидуальное домашнее задание 6
	Пр		6	7		-	
	Ср		6	12		-	

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		менеджмента	6				
	Посещаемость		6	-	10		
	ПА		6	0,35	-		
	Контроль		6	35,65	100	-	Итоговое тестирование Вопросы к экзамену
<b>Итого:</b>				<b>216</b>	<b>100</b>		

#### Схема расчета итогового балла

(Текущий рейтинг + Результат итогового тестирования)/2

## **5. Образовательные технологии**

С целью формирования компетенций у обучающихся в учебном процессе используются традиционные образовательные технологии.

### **5. Методические указания по освоению дисциплины**

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Общие и утвердившиеся в практике правила, и приемы конспектирования лекций:

1) Конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради

2) Необходимо записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку.

3) Для выделения разделов, выводов, определений, основных идей можно использовать маркеры и стикеры. Названные в лекции ссылки на первоисточники помечаются на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и дописать их.

4) В конспекте дословно записываются определения понятий, категорий и законов. Каждому обучающемуся необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий. В конспект следует заносить всё, что преподаватель пишет на доске, а также рекомендуемые схемы, таблицы, диаграммы и т.д.

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, формирование у них определенных умений и навыков. При подготовке к практическим занятиям по дисциплине необходимо использовать несколько источников, раскрывающих вопросы.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине осуществляется с целью углубления, расширения, систематизации и закрепления полученных теоретических знаний, формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу, развития познавательных способностей и активности обучающихся, а также формирования самостоятельного мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации, развития исследовательских умений.

Контроль результатов самостоятельной работы обучающихся может осуществляться в письменной, устной или смешанной форме, с представлением продукта творческой деятельности обучающегося. Критериями оценки результатов самостоятельной работы обучающегося являются: уровень освоения обучающимися учебного материала; умения обучающегося использовать теоретические знания при выполнении индивидуальных заданий.

При работе с основной и дополнительной литературой целесообразно придерживаться такой последовательности. Сначала прочитать весь заданный текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом материале, понять общий смысл прочитанного. Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл прочитанного.

При подготовке к тестированию, обучающемуся необходимо повторить лекционный материал по пройденным темам, ознакомиться с рекомендуемой литературой. Для успешного выполнения тестирования важно внимательно прочитать

поставленный вопрос, не торопиться, ознакомиться со всеми вариантами ответов, прежде чем делать окончательный выбор.

Контрольная работа выполняется обучающимся в установленном преподавателем виде. Перед написанием работы необходимо внимательно ознакомиться с содержанием вопросов (или задачи) по лекции, рекомендованной литературе. Ответы на контрольные вопросы должны быть полными, обстоятельно изложенными и полностью раскрывающими содержание вопроса. При использовании нормативного материала, нужно давать точные и конкретные ссылки на соответствующие нормативные акты.

При подготовке к экзамену обучающийся должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на практических занятиях, а также составить письменные ответы на все вопросы, вынесенные на экзамен.

## 7. Оценочные средства

### 7.1. Паспорт оценочных средств

Семестр	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
6	ПК-3	Контрольная работа Индивидуальные домашние задания 1, 2, 3, 4, 5, 6 Коллоквиум Итоговое тестирование Вопросы к экзамену

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

#### 7.2.1. Итоговое тестирование

*(наименование оценочного средства)*

##### 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
5. 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
15. 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) 5 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

25. 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**

Обучающийся проходит итоговое тестирование по курсу в Центре тестирования в конце семестра, вопросы формируются автоматически. Максимально за итоговое тестирование можно получить 100 баллов, баллы выставляются компьютером автоматически по результатам пройденного тестирования.

#### **Критерии оценки:**

100 баллов – 35 верных ответов.

0 баллов – 0 верных ответов.

Баллы выставляются пропорционально количеству верных ответов: 1 верный ответ = 2,85 балла.

### **7.2.2. Контрольная работа**

#### **Типовые примеры заданий контрольной работы**

Контрольная работа - вариант 1

Письменно дайте развернутые ответы на поставленные вопросы.

1. Определение товарных категорий
2. Инструменты ценового маркетинга

Контрольная работа – вариант 2

Письменно дайте развернутые ответы на поставленные вопросы.

1. SWOT-анализ.
2. Методы прогнозирования.

#### **Краткое описание и регламент выполнения**

Контрольная работа выполняется обучающимся на практическом занятии и в соответствии с представленными критериями оценки. Контрольная работа проводится в виде письменных ответов на 2 вопроса из представленного ниже списка.

*Список типовых вопросов к контрольной работе 1:*

1. Этапы категорийного менеджмента.
2. Определение товарных категорий.
3. Ассортиментная политика компании.
4. Продакт-менеджмент.
5. Бренд-менеджмент.
6. Структура, роль и нормативы товарных категорий
7. Конкурентное ценообразование
8. Инструменты ценового маркетинга
9. Особенности учета товарных категорий
10. Мероприятия по повышению оборачиваемости

*Список типовых вопросов к контрольной работе 2:*

1. Анализ рынка B2B.
2. Анализ рынка B2C.
3. SWOT-анализ.
4. XYZ-анализ.
5. Роль и значение планово-прогнозной работы.
6. Методы прогнозирования.
7. Прогнозирование спроса.
8. Планирование закупок.

### Критерии оценки:

- 10 баллов выставляется обучающемуся, если все задания выполнены без замечаний;
- 8 баллов выставляется обучающемуся, если задания выполнены с несущественными замечаниями;
- 5 баллов выставляется обучающемуся, если имеется одна или две существенные ошибки в выполненном задании;
- 3 балла выставляется обучающемуся, если существенных ошибок в выполненном задании, влияющих на правильность его выполнения, допущено более трех.
- 0 баллов - выставляется обучающемуся, если все задания выполнены с ошибками;

### 7.2.3. Индивидуальное домашнее задание

#### Типовые примеры индивидуальных домашних заданий

##### Индивидуальное домашнее 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 обучающегося 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;
- 5 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;

### Индивидуальное домашнее 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

Обучающийся выполняет индивидуальное домашнее задание в рамках самостоятельной работы дома, затем отчитывается преподавателю во время практического занятия. Преподаватель оценивает выполненное задание каждого обучающегося 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;
- 5 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;

### Индивидуальное домашнее 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

Класс	Товарная группа	Товарная категория
	Спальни	Кровати Гардеробы Тумбы 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

Обучающийся выполняет индивидуальное домашнее задание в рамках самостоятельной работы дома, затем отчитывается преподавателю во время практического занятия. Преподаватель оценивает выполненное задание каждого обучающегося 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;
- 5 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;

### **Индивидуальное домашнее 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 - 50 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**

Обучающийся выполняет индивидуальное домашнее задание в рамках самостоятельной работы дома, затем отчитывается преподавателю во время практического занятия. Преподаватель оценивает выполненное задание каждого обучающегося 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;
- 5 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;

**Индивидуальное домашнее 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.
5. Перечислите структурные элементы договора поставки.
7. Перечислите коммерческие условия договора поставки.

**Краткое описание и регламент выполнения**

Обучающийся выполняет индивидуальное домашнее задание в рамках самостоятельной работы дома, затем отчитывается преподавателю во время практического занятия. При возникновении вопросов при выполнении задания следует обратиться к преподавателю. Преподаватель оценивает выполненное задание каждого обучающегося 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;
- 5 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;

### **Индивидуальное домашнее 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.
<b>В разрезе покупателей</b>		
<b>В разрезе рынка</b>		
<b>В разрезе сети</b>		

### **Краткое описание и регламент выполнения**

Задание выполняется по проекту создания нового бизнеса, выбранному обучающимся самостоятельно. Обучающийся выполняет индивидуальное домашнее задание в рамках самостоятельной работы дома, затем отчитывается преподавателю во время практического занятия. Преподаватель оценивает выполненное задание каждого обучающегося 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;
- 5 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;

### **7.2.3. Коллоквиум**

#### **Типовые примеры заданий на коллоквиум**

Дайте развернутый устный ответ на следующие вопросы:

- 1.Планово-прогнозная работа: проблематика
- 2.Планирование закупок по менеджерам

#### **Краткое описание и регламент выполнения**

Обучающийся дает развернутый устный ответ на два вопроса из списка вопросов к коллоквиуму. Ответ должен базироваться на материалы лекций и рекомендуемую литературу. Преподаватель индивидуально оценивает каждого обучающегося.

Список вопросов к коллоквиуму:

1. Планово-прогнозная работа: проблематика
2. Методы прогнозирования и виды прогнозов
3. Прогноз спроса нерегулярно потребляемых товаров
4. Планирование закупок по менеджерам
5. Планирование закупок по продуктам
6. Планирование закупок по клиентам

#### **Критерии оценки:**

- 10 баллов выставляется обучающемуся, если даны развернутые и правильные ответы на поставленные вопросы;
- 9 баллов выставляется обучающемуся, если даны развернутые ответы на поставленные вопросы, но допущена незначительная ошибка;
- 8 баллов выставляется обучающемуся, если даны полные ответы на оба вопроса, но имеется одна существенная ошибка в ответе;
- 7 баллов выставляется обучающемуся, если даны полные ответы на оба вопроса, но имеются две существенные ошибки в ответе;
- 5 баллов выставляется, если даны полные ответы на оба вопроса, но имеются три существенные ошибки в ответе;
- 5 баллов выставляется обучающемуся, если дан полный ответ только на один из поставленных вопросов;
- 4 баллов выставляется обучающемуся, если дан полный ответ только на один из вопросов, но имеется одна существенная ошибка в ответе;
- 3 балла выставляется обучающемуся, если дан полный ответ только на один из вопросов, но имеются две существенные ошибки в ответе;
- 2 балла выставляется обучающемуся, если дан полный ответ только на один из вопросов, но имеются три существенные ошибки в ответе;

- 1 балл выставляется обучающемуся, если дан ответ только на один из вопросов, при этом допущено более трех существенных ошибок;
- 0 баллов - выставляется обучающемуся, если обучающийся не ответил ни на один из вопросов;

### **7.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

#### **7.3.1. Вопросы к промежуточной аттестации**

Семестр 6

<b>№ п/п</b>	<b>Вопросы к экзамену</b>
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.
5	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. Unitэкономика. MVP и прототипирование.
13	Бренд-менеджмент. Собственные торговые марки.
14	Новые продукты. Система анализа для проверки успешности вывода на рынок.
15	Структурирование ассортимента.
15	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.
25	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.

<b>№ п/п</b>	<b>Вопросы к экзамену</b>
33	SWOT-анализ и XYZ-анализ как инструмент оптимизации ассортимента.
34	Анализ товаров по параметрам влияния.
35	Анализ поставщиков. Сравнение коммерческих предложений.
35	Планово-прогнозная работа: проблематика.
37	Методы прогнозирования и виды прогнозов.
38	Прогноз спроса нерегулярно потребляемых товаров.
39	Формирование плана реализации стратегических и тактических действий для вашей компании.
40	Инструменты контроля за ходом исполнения планов
41	Что такое категорийный менеджмент и каковы его основные принципы?
42	В чём разница между товарными категориями и ассортиментными позициями?
43	Как осуществляется управление товарными категориями на основе жизненного цикла товара?
44	Какие методы анализа ассортимента используются в категорийном менеджменте?
45	Что такое «товарная матрица» и как она влияет на эффективность управления категориями?
46	Как осуществляется управление ценообразованием в рамках категорийного менеджмента?
47	Что такое «ассортиментная матрица» и как она помогает оптимизировать ассортимент?
48	Как категорийный менеджмент способствует повышению удовлетворённости потребителей?
49	В чём заключается роль категорийного менеджера в управлении товарными категориями?
50	Как категорийный менеджмент может помочь компании увеличить прибыль и долю рынка?
51	Как категорийный менеджмент учитывает сезонные колебания спроса?
52	В чём разница между стратегическим и операционным категорийным менеджментом?
53	Как категорийный менеджмент помогает оптимизировать логистику и цепочки поставок?
54	Что такое «категорийный микс» и как он влияет на конкурентоспособность компании?
55	Как категорийный менеджмент способствует дифференциации товаров и услуг?
56	В чём разница между управляемыми и неуправляемыми товарными категориями?
57	Как категорийный менеджмент помогает учитывать предпочтения и ожидания потребителей?
58	Что такое «категорийный портфель» и как он влияет на общую стратегию компании?
59	Как категорийный менеджмент может помочь компании адаптироваться к изменениям внешней среды?
60	В чём разница между вертикальным и горизонтальным категорийным менеджментом?

### 7.3.2. Критерии и нормы оценки

<b>Семестр</b>	<b>Форма проведения промежуточной аттестации</b>	<b>Критерии и нормы оценки</b>	
6	Экзамен (по накопительному рейтингу)	Отлично	Обучающийся набрал 85 и более баллов по накопительному рейтингу

Семестр	Форма проведения промежуточной аттестации	Критерии и нормы оценки	
		Хорошо	Обучающийся набрал от 70 до 84 баллов по накопительному рейтингу
		Удовлетворительно	Обучающийся набрал от 55 до 69 баллов по накопительному рейтингу
		Неудовлетворительно	Обучающийся набрал 54 и менее баллов по накопительному рейтингу

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1.	Синяева И.М.	Маркетинг	учебное пособие	2026	ЭБС "ZNANIUM.COM"
2	Сяглова Ю. В.	Маркетинговые исследования и рыночная аналитика	учебник	2025	ЭБС "ZNANIUM.COM"
3	Фарахутдинов Ш. Ф.	Современные тенденции и инновационные методы в маркетинговых исследованиях	учебное пособие	2023	ЭБС "ZNANIUM.COM"

### 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.	Гапонова О. С.	Менеджмент	учебник	2025	ЭБС "ZNANIUM.COM"
2.	Парамонова Т. Н.	Маркетинг торгового предприятия	учебник	2023	ЭБС "ZNANIUM.COM"
3.	Чеглов В. П.	Торговое дело. Хозяйственная деятельность торговых сетей	учебник	2026	ЭБС "ZNANIUM.COM"



### 8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

- Springer Link[Электронный ресурс] : [база данных]. – Switzerland: Springer Nature, 1842– . – Режим доступа : link.springer.com. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
- Science Direct [Электронный ресурс] : коллекция электронных книг издательства Elsevier. – Netherlands: Elsevier, 2018– . – Режим доступа : sciencedirect.com. – Загл. с экрана. – Яз. англ.

### 8.4. Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование ПО	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
1	Windows: WinPro 10 RUS Upgrd OLP NL Acdmc	договор № 757 от 04.07.2018, срок действия – бессрочно; контракт № 1653 от 14.12.2018, срок действия – бессрочно
2	Office Standard: Office Stdandard 2013 Russian OLP NL AcademicEdition	договор № 690 от 19.05.2015, срок действия – бессрочно

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

№ 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.	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 (С-801).	Стол�ы ученические двухместные (моноблок), стол преподавательский , стул преподавательский, доска аудиторная (меловая), кафедра, проектор, экран, компьютер, жалюзи.
2.	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. (С-807	Парты моноблоки двухместные , стулья ученические, стол преподавательский, стул преподавательский, доска аудиторная (меловая) , стулья ученические, экран, ПК, проектор, жалюзи.
3.	Помещение для самостоятельной работы студентов (Г-401)	Стол�ы, стулья, компьютеры.

№ 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
4.	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 (УЛК-411)	Столы ученические двухместные , стулья, стол преподавательский, доска аудиторная(меловая).
5.	Помещение для самостоятельной работы обучающихся (УЛК-105)	Столы, стулья, стеллажи (в т.ч. выставочные) с книгами, компьютеры, мобильные рабочие места
6.	Помещение для самостоятельной работы обучающихся (УЛК-406)	Столы компьютерные, стулья, микрокомпьютеры raspberry pi 32 bit.