

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Костромской государственной университет»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Направление подготовки «38.03.02 Менеджмент»
Направленность «Менеджмент»
Квалификация выпускника: бакалавр

Кострома
2020

Рабочая программа дисциплины «Категорийный менеджмент» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.01.2016 г. №7 (ред. от 13.07.2017 г.)

Разработал:  Волков Д.В., коммерческий директор ООО «Бегемот», к.э.н.

Рецензент  Гуляева М. А., зав. кафедрой, к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга

УТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол заседания кафедры № 9 от 08.05 2020г.

Заведующий кафедрой  Гуляева М.К., к.э.н. доцент

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Курс «Категорийный менеджмент» входит в учебный план направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность Менеджмент, заочная форма обучения. Программа разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта уровень высшего образования: бакалавриат, направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержден приказом Министерства образования российской Федерации от 12 января 2016 г. №7

Целью изучения дисциплины «Категорийный менеджмент» является формирование у студентов теоретических знаний и приобретение ими практических навыков и умений в области категорийного менеджмента, необходимых для эффективной деятельности и развития профессионального взгляда на выбор методов управления ассортиментными характеристиками товара (продукции) на протяжении его жизненного цикла.

Задачи дисциплины заключаются:

- освоение основных понятий в области категорийного менеджмента;
- формирование знаний о концепции категорийного менеджмента, ее отличия от классической концепции управления ассортиментом;
- освоение методик и средств, необходимых для управления ассортиментом и товарными запасами в оптовых и розничных торговых предприятиях, а также для осуществления информационно-аналитической деятельности в сфере производства и на всех этапах товародвижения;
- освоение методики эффективного отклика на запросы потребителей;
- овладение навыками и умениями управления товарными категориями.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины «Категорийный менеджмент» обучающийся должен владеть следующими знаниями, умениями и владениями

Знать:

- основные понятия, термины в области категорийного менеджмента;
- основы работы с поставщиками и покупателями по работе с ассортиментом;
- инструменты маркетинга, применяемые в категорийном менеджменте;
- основы формирования спроса потребителей экономических благ (потребительские товары).

Уметь:

- применять основные понятия, термины в области категорийного менеджмента;
- налаживать работу с поставщиками и покупателями по работе с ассортиментом;
- интерпретировать результаты использования инструментов маркетинга, применяемых в категорийном менеджменте;
- формировать спрос потребителей экономических благ (на потребительские товары).

Владеть:

- инструментами маркетинга в категорийном менеджменте;
- методами анализа спроса потребителей экономических благ (на потребительские товары).

Освоить следующую компетенцию: **ПК-9** - Способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина «Категорийный менеджмент» является самостоятельной дисциплиной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиля подготовки «Менеджмент» заочной формы обучения и относится к дисциплинам по выбору рабочего учебного плана подготовки бакалавров. Дисциплина в 8 семестре обучения. Изучение дисциплины «Категорийный менеджмент» опирается на компетенции, сформированные в ходе освоения таких дисциплин как: «Прикладная социология», «Маркетинг», «Стратегический менеджмент», «Маркетинговые анализ», «Ценообразование» и др. Учебная дисциплина «Категорийный менеджмент» является общим теоретическим и методическим основанием для изучения ряда дисциплин, таких как «Коммерческая деятельность», «Антикризисное управление», «Управление рисками», «Региональный менеджмент», написания выпускной квалификационной работы, подготовки и сдачи государственного экзамена.

4. Объем дисциплины (модуля)

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины 3 зачетных единицы, 108 академических часа (табл. 1). Виды учебной работы, предусмотренные учебным планом: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Таблица 1

Объем дисциплины в зачетных единицах, академических часах и виды учебной работы

Виды учебной работы	
Общая трудоемкость в зачетных единицах	3
Общая трудоемкость в часах	108
Аудиторные занятия в часах	12
Лекции	6
Практические (лабораторные) занятия	6
ИКР	0,25
Самостоятельная работа в часах	91,75
Контроль	4
Вид итогового контроля (трудоемкость в зачетных единицах)	Зачет

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

В таблице 2 представлен объем контактной работы на 1 студента по дисциплине «Категорийный менеджмент» по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиля подготовки «Менеджмент» заочной формы обучения.

Таблица 2

Объем контактной работы на 1 студента

Виды учебных занятий	Количество часов
Лекции	6
Практические занятия	6
Лабораторные занятий	-
Консультации	
Зачет/зачеты	0,25
Экзамен/экзамены	-
Курсовые работы	-
Курсовые проекты	-
Расчетно-графические работы	-
Всего	12,25

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

В таблице 3 представлен тематический план учебной дисциплины «Категорийный менеджмент» по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиля подготовки «Менеджмент» заочной формы обучения.

Таблица 3

Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия		Самостоятельная работа
			Лекц.	Прак	
1.	Основные понятия и элементы категорийного менеджмента. Методы анализа и оптимизации ассортимента	49,87	2	2	45,87
3	Повышение товарооборота и доходности категории. Управление развитием ассортимента	53,88	4	4	45,88
	Контроль	4			4
	Зачет	0,25			0,25
	Итого:	108	6	6	96

5.2. Содержание

Тема 1. Основные понятия и элементы категорийного менеджмента. Методы анализа и оптимизации ассортимента

Сущность управления категорией. Эволюция концепций управления ассортиментом. Специфика категорийного менеджмента. Цели и задачи управления ассортиментом розничного торгового предприятия. Классификация товаров для целей управления. Стратегическое и оперативное управление ассортиментом розничного торгового предприятия. Роль информационных технологий в управлении ассортиментом товаров.

Проектирование организационной структуры управления ассортиментом розничной торговой организации при переходе на категорийный менеджмент. Адаптация бизнес-процессов организации к практике категорийного менеджмента.

Товарный классификатор: понятие, уровни, примеры. Ассортиментная матрица: понятие, формирование. Формирование ассортимента категории. Роль категории в магазине определенного формата и тактика в отношении ассортиментного наполнения, выкладки.

Тема 2. Повышение товарооборота и доходности категории. Управление развитием ассортимента

Анализ сбалансированности ассортимента категории. Анализ рентабельности ассортимента. Оптимизация структуры категории. Корректировка цен на товары внутри категорий.

Традиционный анализ ассортимента. Анализ продаж и доходности (ABC-анализ). Прогноз стабильности продаж (XYZ-анализ). Совмещенный ABC и XYZ-анализ. Оборачиваемость товарных запасов. Прогноз продаж новых товаров (анализ ассортимента по параметрам влияния).

Ассортиментной матрицы. Этапы построения ассортиментной матрицы. Правила и алгоритм построения ассортиментной матрицы. Методы анализа и оценки сформированного ассортимента.

Три основные стратегии управления категориями. Роли категорий и используемые стратегии.

Тактические решения, реализующие стратегии категорий. «Движущие механизмы» при реализации стратегий.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

Таблица 4

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Форма контроля
1	Основные понятия и элементы категорийного менеджмента. Методы анализа и оптимизации ассортимента	<ul style="list-style-type: none"> - проработать материал о применении категорийного менеджмента в СМИ и Интернете - Обработать и обобщить собранный материал в форме доклада на тему «Практика применения категорийного менеджмента в торговой организации (на примере ... (указать название организации))» с последующим рецензированием и обсуждением. - Собрать материалы по товарным категориям в Интернете - Выявить товарные категории в предприятии розничной либо оптовой торговли, где студенты работают или проходили практику. Определить товарные категории методом наблюдения при посещении любого магазина. - Выявить товарные категории в предприятии розничной или оптовой торговли, где они работают или проходили практику. Возможно определить товарные категории методом наблюдения при посещении любого магазина. - Определить действительную полноту, устойчивость, глубину и новизну одной товарной категории (по заданию преподавателя). - Составьте таблицу «Цели, задачи и функции категорийного менеджмента». - Разработайте схему «Объекты категорийного менеджмента». - Разработайте схему «Классификация товарных категорий» - Решение задач и кейсовых заданий. 	45,87	<ul style="list-style-type: none"> - Дискуссия на тему: «Нужен ли категорийный менеджмент предприятиям розничной торговли?» - Проверка произведенных расчетов
2	Повышение товарооборота и доходности категории. Управление развитием ассортимента	<ul style="list-style-type: none"> - Обследуйте и проанализируйте ассортимент супермаркета. Выявите товарные категории в нем. - Составьте «дерево потребительских предпочтений» при принятии решений о покупке стиральной машины. Составьте ассортиментную матрицу 2-3 товарных категорий. Какие направления категорийной политики можно порекомендовать руководству магазина - Решение задач и кейсовых заданий 	45,88	<ul style="list-style-type: none"> - Дискуссия на тему «В чем необходимость применения методики эффективного отклика на запросы потребителей и каковы возможности ее применения?» - Тестирование
	ИКР		0,25	
	Контроль		4	
	Итого:		96	

**Методические рекомендации по выполнению задания
Подготовка и проведение и дискуссии**

Дискуссия – это активная форма обучения, предполагающая самостоятельный поиск обучающимися информации по теме с последующим ее устным представлением в аудитории и позволяющая включить их в процесс обсуждения вопроса, вынесенного на самостоятельное изучение. Способствует формированию умения самостоятельного поиска, обобщения и анализа информации, навыков выступать, мыслить логически, аргументировано излагать свою точку зрения по обсуждаемому вопросу, критически оценивать выступления остальных участников, развивать культуру ведения дискуссии.

Постановка проблемного вопроса должна активизировать творческую деятельность студентов, испытывающих затруднения при ответе на поставленный вопрос, а главное обоснование своей позиции.

При проведении диспута возможно применение метода «мозговой атаки», в ходе которой студенты высказывают самые разные, порой противоречивые мнения. Совместными усилиями должно быть найдено правильное решение.

Диспут характеризуется высокой степенью самостоятельной работы студентов. Задача преподавателя состоит в том, чтобы управлять этой работой путем постановки перед группой наводящих вопросов, являющихся частными путями решения поставленной проблемы.

Дискуссия состоит из этапов:

1. Вводное информирование, при котором излагается основной замысел дискуссии, постановка проблемы, выделение основных вопросов;
2. Выступление основного докладчика;
3. Выступление содокладчиков;
4. Прения по докладу и содокладам - аналитические выступления;
5. Завершение дискуссии - обобщение результатов, выработка решения проблемы.

При проведении дискуссии используется опыт студентов при прохождении практики на предприятиях или изучения научных источников.

В ходе дискуссии обсуждаются вопросы, определенные преподавателем.

Завершающей частью диспута должно стать подведение итогов, формулировка правильного решения проблемы и краткое его обоснование. Кроме того, необходимо отметить наиболее активных участников дискуссии.

Рекомендации по написанию рефератов

Реферат оформляется в соответствии со стандартными требованиями на стандартных листах белой бумаги формата А-4, шрифтом № 12 через 1,5 интервала или шрифтом № 14 через 1 интервал. Используется только шрифт "Times New Roman" или шрифт обычной пишущей машинки.

Реферат состоит из аннотации, введения, основной содержательной части (раздела), заключения, списка информационных источников, использованных при подготовке к написанию реферата, а также приложений (если это необходимо для полноты раскрытия темы).

В аннотации кратко освещается сущность реферата, в пределах 1 – 2 абзацев.

Во введении в обязательном порядке указывается актуальность предлагаемой к разработке темы и причина, по которой именно она выбрана данным автором. Здесь же формулируется цель написания реферата и основные задачи, которые будут решены автором в данном реферате.

Обычно введение не должно превышать объем в 1,5 — 2 машинописные страницы.

Основной раздел реферата состоит из содержательной части, в которой автор должен наиболее полно раскрыть основные положения, суть, особенности выбранной темы с обязательным указанием ссылок на использованные источники информации.

Объем содержательной части обычно составляет 8-10 машинописных страниц.

Заключение содержит выводы автора о степени полноты раскрытия темы реферата, степень самостоятельности выполненной работы и пожелания для дальнейших профессиональных исследований в данном направлении.

Объем заключения должен быть не менее 1 машинописной страницы.

Список информационных источников оформляется в соответствии со стандартными требованиями и должен содержать не менее 5-10 публикаций, желательно указать и иностранные публикации.

Приложения в реферате допускаются и приветствуются, если они выгодно дополняют и иллюстрируют содержательную часть и прикладываются в необходимом количестве экземпляров.

Выполненный реферат сдается студентом преподавателю.

При наличии замечаний он возвращается автору на доработку и исправление замечаний. После исправления всех замечаний реферат может быть защищен в форме выступления перед группой.

Рефераты, полностью сканированные с глобальной сети, творчески не переработанные автором и представленные на проверку, к защите не допускаются и не могут быть аттестованы на положительную оценку

Требования к выступлению по реферату

1. Содержание выступления по реферату должно включать:

- обоснование актуальности темы;
- изложение поставленных в нем целей и задач;
- краткий обзор изученных источников и использованной литературы;
- описание структуры основной части;
- сообщение об итогах выполненной работы и полученных выводах;
- продуманную демонстрацию иллюстрированного материала (в тех случаях, где это требуется).

2. Выступление оценивается на основе критериев:

- демонстрацию сформированной устной речи (соблюдение норм литературного языка, громкости, темпа и стиля речи);
- соблюдение регламента (без чтения других текстов или реферата);
- уверенность и убедительность изложения.

3. Ответы на вопросы после выступления должны соответствовать требованиям:

- соответствие содержания ответов поставленным вопросам;
- краткость и аргументированность.

6.2. Тематика и задания для практических занятий

Тема 1. Основные понятия и элементы категорийного менеджмента. Методы анализа и оптимизации ассортимента

Форма проведения занятия – проблемный семинар.

Цель семинара – закрепление теоретических знаний по дисциплине, проверка базисных знаний для проведения диспута, выявление сформированности профессиональных компетенций.

Задачи:

- усвоение ключевых понятий по теме;
- проведение диспута.

Тесты текущего контроля

1. Дайте определения терминов: ассортимент, категория товаров, категорийный менеджмент.

2. Укажите сущность концепции категорийного менеджмента.

3. Установите отличия категорийного менеджмента от традиционного управления ассортиментом товаров.

4. Сформулируйте основную идею категорийного менеджмента и дайте ее обоснование.

5. Рассмотрите назначение и сущность организационной концепции категорийного менеджмента.

Тесты текущего контроля

1. Укажите цели, задачи, принципы и функции категорийного менеджмента.

2. Выявите признаки группирования товаров.

3. Определите понятия и место ассортиментных линий, товарных марок и артикулов в товарной категории.

4. Рассмотрите роль товарных категорий в ассортиментном перечне товаров предприятия розничной торговли.

5. Классифицируйте товарные категории по разным признакам.

Тесты текущего контроля

1. Категорийный менеджер – это

2. Выявите принципиальные отличия должностных обязанностей категорийного менеджера от обязанностей товароведа и маркетолога при централизованной функциональной организации предприятия.

3. Какова сфера деятельности категорийного менеджера?

4. Что такое товарная категория и кто её формирует?

5. Какие функции выполняет категорийный менеджер:

а) оперативные;

б) организационно-административные;

в) товарные;

г) региональные.

Текущий контроль проводится в начале занятия с помощью приведенных тестов с открытыми вопросами. Ответы могут быть даны студентами в устной или письменной форме. Тестирование позволяет выявить наличие у студентов базовых знаний по теме, необходимых для проведения дискуссии на тему: **«Нужен ли категорийный менеджмент предприятиям розничной торговли?»**.

Постановка этого проблемного вопроса должна активизировать творческую деятельность студентов, испытывающих затруднения при ответе на поставленный вопрос, а главное обоснование своей позиции.

При проведении диспута возможно применение метода «мозговой атаки», в ходе которой студенты высказывают самые разные, порой противоречивые мнения. Совместными усилиями должно быть найдено правильное решение.

Диспут характеризуется высокой степенью самостоятельной работы студентов. Задача преподавателя состоит в том, чтобы управлять этой работой путем постановки перед группой наводящих вопросов, являющихся частными путями решения поставленной проблемы.

Вспомогательные вопросы:

1. Объясните, в чем преимущества и недостатки категорийного менеджмента.

2. Установите возможные средства сферы применения категорийного менеджмента. Ответ аргументируйте.

3. Как влияет категорийный менеджмент на изменение отношений между участниками канала товародвижения.

Завершающей частью диспута должно стать подведение итогов, формулировка правильного решения проблемы и краткое его обоснование. Кроме того, необходимо отметить наиболее активных участников дискуссии.

Тема 2. Повышение товарооборота и доходности категории. Управление развитием ассортимента

Форма проведения занятий – проблемный семинар в форме дискуссии.

Цель семинара – закрепление теоретических знаний по дисциплине, приобретение умений использовать эти знания при решении учебных и профессиональных задач, формирование компетенций.

Задачи:

- рассмотрение теории вопроса;
- выявление критериев сегментирования товарных категорий;
- определение показателей оценки деятельности по управлению товарными категориями;
- проведение дискуссии.

Тесты текущего контроля

1. Перечислите этапы процесса управления и дайте их характеристику.
2. Укажите возможный эффект от сотрудничества участников канала товародвижения категорий.
3. Выявите критерии определения товарных категорий, их сегментирование.
4. Назовите и охарактеризуйте показатели товарных категорий.
5. Выявите стратегическую роль товарных категорий.

Тесты текущего контроля

1. Сущность метода ABC-анализа заключается в
2. Укажите назначение и сферы применения ABC-анализа.
3. Исходная идея метода основывается на
4. Сущность принципа Парето состоит в том, что
5. На какие градации можно подразделить категорийные товары по степени их значимости для достижения целей организации?

Задачи:

- изучение теории вопроса;
- рассмотрение методики, ее достоинств и недостатков;
- обсуждение возможности применения методики в профессиональной деятельности категорийных менеджеров;

Алгоритм проведения дискуссии

1. Тестирование студентов методом фронтального опроса с помощью тестов текущего контроля.

2. Проведение дискуссии на тему «**В чем необходимость применения методики эффективного отклика на запросы потребителей и каковы возможности ее применения?**»

- постановка проблемного вопроса.
 - высказывание мнений по вопросы дискуссии и их аргументация.
 - поиск наиболее рациональных путей решения
 - решение проблемы.
3. Подведение итогов.

Варианты контрольных работ

Вариант 1.

1. Категорийный менеджмент: основные понятия, цели и задачи. Значение в деятельности торговых организаций.

2. Основной этап процесса управления товарными категориями.

3. Проведите обследования магазина формата «Вблизи дома» и выявите товарные категории в его ассортименте. Составьте ассортиментную матрицу по 2-3 товарным категориям. Сделайте заключение о их целесообразности.

Вариант 2.

1. История возникновения категорийного менеджмента. Выявите, в каких посещаемых Вами магазинах применяется концепция категорийного менеджмента.

2. Метод ABC-анализа: понятие, назначение, сущность, применение в категорийном менеджменте.

3. Проведите обследование магазина, в котором Вы работаете или постоянно посещаете. Выявите категории товаров в его ассортименте и составьте ассортиментную матрицу 2-3 товарных категорий. Дайте предложения по их совершенствованию.

Вариант 3.

1. Концепция категорийного менеджмента: понятие, назначение, сущность. Отличия товарного и категорийного менеджмента. Выясните, внедрена ли концепция категорийного менеджмента в Вашей организации? Если внедрена, то укажите категории товаров, если нет, то дайте предложения по формированию товарных категорий.

2. Подготовительный этап процесса управления товарными категориями.

3. Проведите обследование посещаемого Вами крупного магазина (продовольственного или непродовольственного) или магазина, где Вы работаете. Выявите категории товаров в его ассортименте. Составьте ассортиментную матрицу 2-3 товарных категорий. Какие направления категорийной политики можно порекомендовать руководству магазина?

Вариант 4.

1. Объекты категорийного менеджмента: понятие, назначение. Критерии формирования товарных категорий.

2. Методы систематизации ассортимента товаров: понятие, классификация, характеристика отдельных методов.

3. Разработайте категорийную политику магазина, в котором Вы работаете или проходили практику. Дайте обоснование выбранных направлений.

Вариант 5.

1. Классификация товарных категорий по степени новизны, развитию и характеру спроса, их краткая характеристика.

2. Завершающий этап процесса управления товарными категориями.

3. Проведите обследование магазина, в котором Вы работаете или постоянно посещаете. Выявите категории товаров в его ассортименте и составьте ассортиментную матрицу 2-3 товарных категорий. Дайте предложения по их совершенствованию.

Вариант 6.

1. Классификация товарных категорий по их роли в формировании ассортимента и товарооборота.

2. Субъекты управления в категорийном менеджменте: понятие, классификация, взаимоотношения с другими структурными подразделениями магазина.

3. Проведите обследование категории «Бакалейные товары» в магазине, где Вы работаете или проходили практику. Определите ее полноту и глубину по 2-3 видам товаров.

Примечание: вместо указанной может быть обследована любая другая категория продовольственных или непродовольственных товаров.

Вариант 7.

1. Категорийные менеджеры: понятие, назначение, виды, цели, задачи, основные обязанности.

2. Этапы внедрения категорийного менеджмента в торговой организации. Подготовительный этап: операции и их характеристика.

3. Разработайте категорийную политику магазина, в котором Вы работаете или проходили практику. Дайте обоснование выбранных направлений.

Вариант 8.

1. Анализ должностной инструкции категорийного менеджера и сопоставление с его обязанностями.

2. Основной этап внедрения категорийного менеджмента: операции и их характеристики.

3. Составьте дерево потребительских предпочтений при принятии решения о покупке зимних сапог.

Вариант 9.

1. Типы категорийных товаров, их характеристика.
2. Оценочный этап внедрения категорийного менеджмента: операции, их характеристики.

3. Составьте дерево потребительских предпочтений при принятии решения о покупке костюма.

Вариант 10.

1. Ассортиментные линии, торговые марки, товарные артикулы: понятие, сущность, общность и различия. Приведите примеры.

2. Оценка эффективности товарной категории.

3. Проведите обследование крупного магазина (продовольственного или непродовольственного) или магазина, где Вы работаете. Выявите категории товаров в его ассортименте. Составьте ассортиментную матрицу 2-3 товарных категорий. Какие направления категорийной политики можно порекомендовать руководству магазина.

Вариант 11.

1. Роль товарных категорий в ассортиментном перечне товаров предприятий розничной торговли. Укажите категории товаров в Вашем магазине.

2. Функции, выполняемые категорийным менеджером на этапе управления товарной категорией.

3. Составьте «дерево потребительских предпочтений» при принятии решений о покупке стиральной машины.

Вариант 12.

1. Дайте обоснование целесообразности и необходимости применения категорийного менеджмента на примере конкретного торгового предприятия (место Вашей работы или прохождения практики).

2. Аналитические методы, применяемые в категорийном менеджменте.

3. Проанализируйте ассортимент Вашего магазина (место работы или прохождения практики). Выявите его товарные категории. Укажите, какие товары относятся к прибыльным и уникальным. Ответ аргументируйте.

Вариант 13.

1. Влияние категорийного менеджмента на изменение отношений между производителями, поставщиками и продавцами.

2. Сегментирование товарных категорий на градации: понятие, назначение, сущность, характеристика

3. Проанализируйте ассортимент Вашего магазина (место работы или прохождения практики). Выявите его товарные категории. Укажите, какие товары относятся к завлекающим, формирующим спрос и имиджевым. Ответ аргументируйте.

Вариант 14.

1. Принципы товарного менеджмента: понятие, характеристика. Какие из перечисленных принципов применяются в практике Вашего магазина.

2. Номенклатура показателей оценки эффективности категорийного менеджмента, их применимость.

3. Проанализируйте ассортимент Вашего магазина (место работы или прохождения практики). Выявите его товарные категории. Укажите, какие товары относятся к формирующим лояльность потребителей, престижным и имиджевым. Ответ аргументируйте.

Вариант 15.

1. Функции категорийного менеджмента, их характеристика. Укажите, какие из перечисленных функций применяются в Вашем магазине.

2. Планирование товарной категории: понятие, назначение, основные операции.

3. Проанализируйте ассортимент Вашего магазина (место работы или прохождения практики). Выявите его товарные категории. Укажите, какие товары относятся к прибыльным, привлекающим и престижным товарам. Ответ аргументируйте.

6.3. Тематика и задания для лабораторных занятий - отсутствует

6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ (проектов) - отсутствует

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная:

Ефимов, А.Н. Менеджмент: практикум : учебное пособие / А.Н. Ефимов, Е.Н. Барикаев. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 119 с. : табл., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01606-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115011>

Категорийный менеджмент: Учебное пособие / В.М. Киселев, М.А. Николаева. - М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 208 с.: 84x108 1/32. (обложка) ISBN 978-5-91768-424-6, 500 экз.

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=422662>

Маслова, Е.Л. Менеджмент : учебник / Е.Л. Маслова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 333 с. : табл., схем., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02414-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452863>

б) дополнительная

Кондрашов, Виктор Михайлович. Менеджмент продаж : учеб. пособие / В. М. Кондрашов. - М. : Вузовский учебник, 2012. - 277, [2] с. - (Вузовский учебник). - Допущено УМО России. - Библиогр.: с. 272-274 . - ISBN 978-5-9558-0047-9 : 199.00.

Товарный менеджмент : учебное пособие / Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Ставропольский государственный аграрный университет, Кафедра менеджмента ; сост. С.В. Левушкина. - Ставрополь : Агрус, 2014. - 136 с. : ил., табл. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277449>

Коротков, А.В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / А.В. Коротков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 303 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00810-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>

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

При преподавании дисциплины используются следующие аудитории и оборудование (табл. 5).

Таблица 5

Адрес, корпус	Аудитория	Оснащенность
Аудиторные занятия		
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	5	Компьютерный класс на 22 посадочных места с выходом в Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express;

		Visual Studio; yEd.
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	6	Компьютерный класс на 16 посадочных мест с выходом в Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	7	Компьютерный класс на 10 посадочных мест с выходом в Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	9	Потоковая аудитория на 160 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	10	Потоковая аудитория на 160 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	11	Аудитория на 30 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	12	Аудитория на 32 посадочных места, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	13	Аудитория на 60 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	14	Аудитория на 26 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	16	Компьютерный класс на 20 посадочных мест с выходом в Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
Самостоятельная работа		
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «В1», ауд. 201	Читальн ый зал корпуса «В1»	200 посадочных мест; 3 компьютера для сотрудников; 1 принтер; 1 копир/принтер; 1 проектор; 2 экрана для проектора; 1 ворота «Антивор»;

		1 WIFI-точка доступа.
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «Б1», ауд. 202	Электронный читальный зал	25 посадочных мест; 29 компьютеров (25 для читателей, 4 для сотрудников); 4 принтера (3 монохромные, 1 полноцветный); 1 плоттер; 2 сканера; 1 МФУ; 1 LCD TV
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «А1», ауд. 3-207	Читальный зал редкой книги	50 посадочных мест; 1 компьютер для сотрудников; 1 сканер; 1 принтер; 1 LCD TV; свободный доступ WIFI
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «В1», ауд. 305	Читальный зал СБО	20 посадочных мест; 2 компьютера для сотрудников; 1 принтер; 1 МФУ