

Аннотация к рабочей программы дисциплины  
«Б1.В.24 **Управление продуктом и ассортиментом**»  
*(код и наименование дисциплины)*

Направление подготовки \_\_\_\_\_ 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) Электронная коммерция и интернет-маркетинг

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Цель дисциплины: формирование у студентов понимания сущности профессионального подхода к решению проблем разработки товарных стратегий, выбора и формирования продуктового ассортимента, решения вопросов ценообразования, продвижения и размещения товаров, а также необходимого объема знаний, умений и навыков в области использования маркетинговых принципов и инструментов прогнозирования объема продаж по ассортиментным категориям и группам, в принятии решений об изменении товарного ассортимента и стратегической продуктовой политики современной фирмы.

**Задачи дисциплины:**

- формирование понимания логики развития современной рыночной среды в направлении повышения ее динамики, сложности и неопределенности;
- усвоение системного представления о наиболее эффективных методах и подходах к управлению продуктовым ассортиментом предприятия;
- понимание значения и сущности стратегического подхода в формировании ассортимента предприятия, принципов разработки и реализации продуктовой и ассортиментной стратегии;
- усвоение знаний классификации укрупненного ассортимента потребительских товаров;
- формирование навыков проведения анализа состояния продуктовых категорий и диагностики всего процесса реализации;
- выработка умения определять наиболее прибыльные категории и продукты в ассортименте организации;
- изучение логики разработки и структуры элементов стратегического маркетингового плана организации на продуктовом уровне;
- знание содержания и этапов процесса разработки стратегической продуктовой политики в маркетинге и сущность планирования жизненных циклов новых продуктов;
- знание содержания и этапов процесса разработки стратегической ценовой политики в маркетинге и различных стратегий ценообразования;
- умение формировать и корректировать на основе ассортиментного анализа продуктовую и ассортиментную политику, исходя из стратегических задач повышения доходности, сокращения издержек, повышения оборачиваемости товарных запасов.

### **Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Управление продуктом и ассортиментом» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана бакалавриата (Б1.В.24) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Электронная коммерция и интернет-маркетинг». Ее изучение запланировано в 7 семестре 4 курса. Дисциплина «Управление продуктом и ассортиментом» базируется на дисциплинах гуманитарного, социального и экономического, а также математического и естественнонаучного циклов: «Маркетинг», «Поведение потребителей», «Экономика торгового предприятия», «Статистика», «Финансы коммерческого предприятия», «Ценообразование на коммерческом предприятии», «Мерчандайзинг». Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения курса.

В свою очередь дисциплина «Управление продуктом и ассортиментом» является базой для изучения таких дисциплин как «Брендинг и собственные торговые марки», «Торговля товарами промышленного назначения», «Маркетинговый аудит».

### **Требования к уровню освоения дисциплины**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора*достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
ПК-1 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования потребителей, оценивать и прогнозировать тенденции спроса, анализировать конъюнктуру отечественного и зарубежного рынка с учетом конкуренции	
ИПК-1.5 Формирует на основе маркетинговых исследований предложения по совершенствованию ассортиментной и товарной политики торгового предприятия	Знает: содержания этапов процесса разработки стратегической продуктовой политики в маркетинге и сущность планирования жизненных циклов новых продуктов
	Знает: классификации укрупненного ассортимента потребительских товаров
	Умеет: определять наиболее прибыльные категории и продукты в ассортименте организации
	Умеет: формировать и корректировать на основе ассортиментного анализа продуктовую и ассортиментную политику, исходя из стратегических задач повышения доходности, сокращения издержек, повышения оборачиваемости товарных запасов
	Трудовое действие: Формирование предложений по совершенствованию товарной политики
	Трудовое действие: проведения анализа состояния продуктовых категорий и диагностики всего процесса реализации

\*Вид индекса индикатора соответствует учебному плану.

## 2. Структура и содержание дисциплины

### 2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины даны в табл.3.

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре для очно-заочной формы обучения

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Товар и продукт. Коммерческие характеристики товара	5	2	1	-	2
2.	Основы продуктовой и ассортиментной политики фирмы	7	4	1	-	2
3.	Управление развитием ассортимента ключевое условие повышения объема продаж	7	2	1	-	4
4.	Управление жизненным циклом товара в продуктовой политике фирмы	9	4	1	-	4
5.	Управление ассортиментом и номенклатурой	8	4	2	-	2
6.	Производственно-торговые компании: стратегическое управление ассортиментом	8	4	2	-	2
7.	Производственно-торговые компании: оперативное управление ассортиментом	7	4	1	-	2
8.	Торгово-закупочные компании: стратегическое управление ассортиментом	9	4	1	-	4
9.	Торгово-закупочные компании: оперативное управление ассортиментом	9	4	1	-	4
10.	Управление марочным ассортиментом	9	4	1	-	4
	<i>Итого:</i>	78	36	12	-	30
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	3				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
	Подготовка к текущему контролю	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

**Курсовые работы: не предусмотрена**

**Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен**

Автор

А.В. Омеляненко