

Аннотация к рабочей программы дисциплины  
«Б1.В.16 **Продуктовая и ассортиментная политика**»  
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки \_\_\_\_\_ 38.04.06 Торговое дело

Направленность (профиль) Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде

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 «Продуктовая и ассортиментная политика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана магистратуры (Б1.В.16) по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде». Ее изучение запланировано в 4 семестре 2 курса для очной формы обучения и в 2 семестре 1 курса для очно-заочной формы обучения.

Содержание данной дисциплины опирается на знания основных экономических и управленческих дисциплин, изучаемых на первых ступенях высшего профессионального образования соответствующих профилей, таких, как «Торговое дело», «Микроэкономика», «Экономика предприятия», «Менеджмент» и др. По содержанию дисциплина является продвинутым уровнем изучения таких курсов программы бакалавриата, как «Управление продуктом и ассортиментом», «Маркетинг», «Экономика торгового предприятия», «Статистика», «Финансы коммерческого предприятия», «Ценообразование на коммерческом предприятии», «Мерчандайзинг», «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-2 Способен разрабатывать и реализовать маркетинговые программы торгового предприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга	
ИПК-2.1 Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в торговой организации	<p>Знает: Основные источники маркетинговой информации о реализации ассортиментной/товарной/продуктовой стратегии и программы</p> <p>Знает: Методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации в области реализации ассортиментную/товарную/продуктовую стратегию</p>
	<p>Умеет: Определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации</p> <p>Умеет: Оценивать результаты реализации ассортиментной/товарной/продуктовой стратегии и</p>

Код и наименование индикатора*достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
	программы
	Трудовое действие: Разрабатывает и согласовывает ассортиментную/товарную/продуктовую стратегию и программы
	Трудовое действие: Реализует ассортиментную политику

\*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 4 семестре для очной формы обучения

№ раздела	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	6	1	1	-	4
2.	Основы продуктовой и ассортиментной политики фирмы	6	1	1	-	4
3.	Управление развитием ассортимента ключевое условие повышения объема продаж	8	2	2	-	4
4.	Управление жизненным циклом товара в продуктовой политике фирмы	10	2	2	-	6
5.	Управление ассортиментом и номенклатурой	8	2	2	-	4
6.	Производственно-торговые компании: стратегическое управление ассортиментом	8	2	2	-	4
7.	Производственно-торговые компании: оперативное управление ассортиментом	10	2	2	-	6
8.	Торгово-закупочные компании: стратегическое управление ассортиментом	10	2	2	-	6
9.	Торгово-закупочные компании: оперативное управление ассортиментом	8	1	1	-	6
10.	Управление марочным ассортиментом	7	1	1	-	5
	<i>Итого:</i>	81	16	16	-	49

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	0				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	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

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые во 2 семестре для очно-заочной формы обучения

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Товар и продукт. Коммерческие характеристики товара	5		1	-	4
2.	Основы продуктовой и ассортиментной политики фирмы	5		1	-	4
3.	Управление развитием ассортимента ключевое условие повышения объема продаж	9		1	-	8
4.	Управление жизненным циклом товара в продуктовой политике фирмы	18	1	1	-	16
5.	Управление ассортиментом и номенклатурой	11	1	2	-	8
6.	Производственно-торговые компании: стратегическое управление ассортиментом	15	1	2	-	12
7.	Производственно-торговые компании: оперативное управление ассортиментом	10	1	1	-	8
8.	Торгово-закупочные компании: стратегическое управление ассортиментом	9		1	-	8
9.	Торгово-закупочные компании: оперативное управление ассортиментом	9		1	-	8

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
10.	Управление марочным ассортиментом	8		1	-	7
	<i>Итого:</i>	99	4	12	-	83
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	8,7				
	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